

**FACULDADE ALVES FARIA
COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

MAÍZA APARECIDA DA SILVA

PROGRAMAS PRODUZIR E FOMENTAR: Um estudo de caso sobre as contribuições para a competitividade de duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás

GOIÂNIA/GO

2016

**FACULDADE ALVES FARIA
COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

MAÍZA APARECIDA DA SILVA

PROGRAMAS PRODUZIR E FOMENTAR: Um estudo de caso sobre as contribuições para a competitividade de duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás

Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação do Mestrado Profissional em Desenvolvimento Regional, das Faculdades Alves Faria, com a linha de pesquisa Análise e Políticas de Desenvolvimento Regional como requisito parcial para a obtenção do Título de Mestre.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cintia Neves Godoi.

GOIÂNIA/GO

2016

**FACULDADE ALVES FARIA
COORDENAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
MESTRADO PROFISSIONAL EM DESENVOLVIMENTO REGIONAL**

MAÍZA APARECIDA DA SILVA

PROGRAMAS PRODUZIR E FOMENTAR: Um estudo de caso sobre as contribuições para a competitividade de duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás

AVALIADORES:

Prof^ª. Dr^ª. Cintia Neves Godoi

(Orientadora)

Prof^º. Dr^º. Cleyzer Adrian Cunha

Prof^ª. PhD Marciana Cristina da Silva

GOIÂNIA/GO

2016

Ir mais além.

Vencer um desafio,
Procurar a superação,
Escapar por um fio,
E torná-se campeão,

Superá-se em cada gesto,
Conquistar o infinito,
Ir mais além do que o certo,
Ultrapassar o mais bonito,

Ir além da superação
E conquistar o impossível,
Ir além da imaginação
Para vencer o invencível.

(Rômulo Raulino)

DEDICATÓRIA

A minha amada mãe Terezinha, exemplo de vida e perseverança.

As minhas queridas irmãs Cleide, Leila, Lúcia e Sueli amigas e incentivadoras.

Ao meu amado namorado Carlos Eduardo, companheiro e incentivador.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente ao bom Deus, que me protegeu e permitiu concluir mais esta etapa da longa caminhada da vida.

A minha mãe Terezinha, por seu apoio incondicional, pelas horas dedicadas a cuidar de mim e pela preocupação durante as longas viagens a Goiânia. Seu amor me torna mais forte a cada passo nesta caminhada da vida. Obrigada por ser essa mãe incrível!

Ao meu pai Marcion Carmo, mesmo que distante torceu por minha vitória. Obrigada!

As minhas irmãs Cleide, Leila, Lúcia e Sueli que tanto amo e que cada uma a sua maneira também me amam e torceram por minha vitória.

Ao meu amado namorado Carlos Eduardo, que pacientemente soube me apoiar nos dias difíceis, suportando muitas vezes crises de cansaço e desespero.

As minhas amigas Iza Finotti, Mirian Quintino e Raquel Tiago por seu apoio fundamental, sempre com sábias palavras de incentivo, seus conselhos valiosos e paciência ao me ouvirem quando o desespero batia. Obrigada!

A minha sogra Ana Maria, que me acolheu com tanta dedicação e companheirismo. Obrigada!

A minha orientadora, prof^a. Dr^a. Cintia Neves Godoi, pela sua preciosa orientação, uma mentora compreensiva e presente que muito me ensinou e tem conquistado a cada dia meu respeito e admiração.

Aos professores da Faculdade Alves Faria, em especial professor Ricardo Teixeira, por me receber no programa de Mestrado com tanta credibilidade. Todos os mestres do programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional da Faculdade Alves Farias, obrigada!

A coordenação do programa de mestrado na pessoa da Prof.^a Dr^a. Cintia Neves Godoi e a secretária do programa Juliene Aleide Alves.

Ao professor Dr^o. Cleyzer Adrian Cunha por sua disponibilidade em fazer parte da banca avaliadora e por suas valiosas contribuições na qualificação. Muito obrigada!

A professora PhD Marciana Cristina da Silva, por aceitar tão prontamente o meu convite em participar como membro da banca avaliadora e também por nossas conversas nos breves momentos de descanso nos corredores da Faculdade Montes Belos. Deixo registrada aqui minha admiração pela sua pessoa.

Aos colegas de mestrado, pelo convívio e experiências vividas, em especial aqueles que fizeram parte de tantas viagens, as tornando menos cansativas e mais alegres com tantas músicas cantadas e confidências trocadas.

Aos proprietários e funcionários das empresas pesquisadas pela disponibilidade em participar desta pesquisa.

A todos aqueles que torceram por minha vitória e também a aqueles que torceram por minha derrota. Obrigada!

RESUMO

SILVA, Maíza Aparecida da. **PROGRAMAS PRODUZIR E FOMENTAR: Um estudo de caso sobre as contribuições para a competitividade de duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás.** 2016. 85 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Faculdade Alves Farias, Goiânia, 2016.

A pesquisa tem como objetivo entender os encaminhamentos gerados pelo acesso aos incentivos fiscais em duas empresas situadas no município de São Luís de Montes Belos – Goiás. De forma específica, buscou-se enxergar o estímulo à competitividade através do acesso aos incentivos. E, a partir do estudo de caso comparativo realizado em duas empresas do setor industrial no município de São Luís de Montes Belos – Goiás, o presente estudo investigou os resultados do acesso aos benefícios e os encaminhamentos no estímulo à competitividade nas empresas. A partir da observação direta e de entrevistas realizadas com pessoas-chave das empresas selecionadas, foram levantadas informações em relação aos usos dos incentivos e suas destinações. Foi possível demonstrar os usos dos benefícios por parte das empresas, e tecer considerações críticas à respeito do acesso aos incentivos e da falta de encaminhamento dos usos para os recursos conseguidos.

Palavras chaves: Incentivos fiscais. Fomentar. Produzir. Competitividade. São Luís de Montes Belos.

ABSTRACT

SILVA, Maíza Aparecida da. **PROGRAMS TO PRODUZIR AND FOMENTAR : A case study on contributions to the competitiveness of two São Luís de Montes Belos – Goiás.** 2016. 85 p. Dissertation (Master in Regional Development) – Faculty Alves Farias, Goiânia, 2016.

The research aims to understand the referrals generated by access to tax incentives in two companies located in São Luís de Montes Belos -Goiás. Specifically, it sought to see the encouragement of competitiveness through access to incentives. And, from the comparative case study of two companies in the industrial sector in São Luís de Montes Belos - Goiás, the present study investigated the results of access to benefits and referrals in stimulating competitiveness in companies. From direct observation and interviews with key people from selected companies were raised information regarding the use of incentives and their destinations. It was possible to demonstrate the uses of the benefits for companies, and weave critical considerations regarding access to incentives and lack of referral of uses for the resources obtained.

Keywords: Tax incentives. Fomentar. Produzir. Competitiveness. São Luís de Montes Belos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo numérico do financiamento concedido.....	36
Figura 2 – Exemplo Numérico da Composição do Saldo Devedor do Financiamento.....	36
Figura 3 – Empresa JBS Couros.....	58
Figura 4 – Empresa JBS Couros – integrante do programa Fomentar	59
Figura 5 – Empresa Laticínios Montes Belos Eireli.....	60

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Fatores de Competitividade Organizacional.....	22
Quadro 2 – Resumo Histórico dos Conceitos de Empreendedor e Empreendedorismo	26
Quadro 3 – Subprogramas do Produzir	37
Quadro 4 – Quadro Sintético do Produzir e Microproduzir	38
Quadro 5 – Vocação e potencialidades dos municípios com economia de médio porte – estagnada (24 municípios).....	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de Empresas com Revisão de investimentos, por atividade.....	42
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela da Evolução dos Projetos Aprovados no Produzir/Fomentar (2000-2013) em Goiás	43
Tabela 2 – Número de Empresas Pesquisadas no Censo por Programa, Faturamento e ICMS Recolhido - 2012	43
Tabela 3 – Faturamento e ICMS Recolhido por Microrregião - 2012.....	43
Tabela 4 – Número de Empregos, por Programa e Categorias, e Média Salarial - 2012	44
Tabela 5 – Dados Socioeconômicos de São Luís de Montes Belos (2009-2014)	51

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.m – ao mês

Art. – Artigo

CF/88 – Constituição Federal de 1988

CORECON – Conselho Regional de Economia

CTN – Código Tributário Nacional

EJA - Educação de Jovens e Adultos

FEICON – Fundo de Expansão da Indústria e Comércio do Estado de Goiás

FOMENTAR – Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação

ISS – Imposto sobre serviços de qualquer natureza

IVC – Imposto de Vendas e Consignações

LC – Lei Complementar

NR's – Normas Regulamentadoras

P&D – Pesquisa & Desenvolvimento

PIB – Produto Interno Bruto

PRODUZIR – Programa de Desenvolvimento Industrial de Goiás

SEPLAN – Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento

SESI - Serviço Social da Indústria

SIC – Secretária de Indústria e Comércio

TIC – Tecnologia de informação e de comunicação

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1. DESENVOLVIMENTO, COMPETITIVIDADE E INCENTIVOS FISCAIS	16
1.1 Desenvolvimento	16
1.2 Competitividade	20
1.3 O empreendedor, a competitividade e o desenvolvimento.....	25
1.4 Políticas Públicas e Incentivos Fiscais	28
1.4.1 Incentivo Fiscal em Goiás	32
1.4.1.1 Fomentar e Produzir	33
1.4.1.2 Resultados do Fomentar, Produzir e seus Subprogramas.....	41
1.4.1.3 Resultados do Censo Fomentar, Produzir e seus Subprogramas.....	42
1.4.1.4 Faturamento e ICMS Recolhido	43
1.4.1.5 Empregos	44
1.4.1.6 Investimentos.....	45
1.4.1.7 Fatores de atratividade.....	45
2. SÃO LUÍS DE MONTES BELOS	47
2.1 História	47
2.2 Dados Socioeconômicos.....	47
3. METODOLOGIA.....	52
3.1 Caracterização da pesquisa.....	52
3.2 Delineamento da pesquisa	53
3.2.1 Questões de estudo	54
3.2.2 Proposições e componentes da pesquisa	54
3.2.3 Unidades de análise e tipo de estudo de caso	54
3.2.4 Técnica de coletas e análise dos dados	55
3.2.5 O roteiro para entrevista e análise dos resultados.....	56
4. DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS, APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS E.....	58
ANÁLISE COMPARATIVA DAS EMPRESAS PESQUISADAS	58
4.1 Descrição das empresas pesquisadas	58
Empresa A	58
Empresa B	59

4.2 Apresentação dos dados coletados.....	60
4.2.1 Empresa A	60
4.2.2 Empresa B	64
4.2.3 Análise comparativa das empresas pesquisadas	66
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
7. REFERÊNCIAS	73
APÊNDICE A – ENTREVISTA.....	78

INTRODUÇÃO

O tema Incentivos Fiscais é polêmico e permite diferentes formas de abordagem e leituras críticas. Neste trabalho, serão apresentadas algumas formas de enxergá-lo, algumas críticas, mas, mais especificamente se há exigências de destinação das verbas dos programas, e de que forma isso se reflete em empresas que acessam os benefícios. Um dos itens escolhidos foi o tema da competitividade, por esta ser definida como fator de grande importância para o bom andamento das atividades econômicas e, portanto, como item que deveria estar atrelado aos projetos de incentivos para desenvolvimento das atividades produtivas em Goiás.

O Governo de Goiás dispõe de programa de atração de indústrias através de incentivo fiscal que prevê benefícios para seus participantes e objetiva o desenvolvimento da região e geração de empregos. Considera-se benefício fiscal como um termo mais abrangente, pois em economia a palavra fiscal envolve tanto questões ligadas à receita como à despesa, podendo, assim, designar não apenas os benefícios tributários, como também os gastos diretos na forma de subsídios, subvenções, etc. (ALMEIDA, 2000, p. 28).

Através da redução de parte do Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) com os programas Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás (FOMENTAR) e Programa de Desenvolvimento Industrial de Goiás (PRODUZIR) o Governo de Goiás tem buscado estimular, revitalizar e/ou ainda possibilitar a instalação de empresas e tornar o mercado mais competitivo, fazendo desenvolver-se econômica e socialmente Goiás.

Assim, esta pesquisa teve como objetivo geral entender os possíveis benefícios trazidos pelo acesso aos incentivos fiscais em duas empresas situadas no município de São Luís de Montes Belos – Goiás. De forma específica, buscou-se enxergar o estímulo à competitividade através do acesso aos incentivos.

Os objetivos específicos visaram:

- Descrever programas existentes, analisar a existência de discurso de apoio à competitividade, se há exigências de destinação dos valores acessados nos programas;
- Identificar os programas acessados pelas empresas selecionadas para a pesquisa;

- Analisar de que forma são utilizados os recursos obtidos com o acesso aos incentivos, à que se destinaram;
- Analisar o emprego gerado após acesso aos benefícios.

Para alcançar os objetivos geral e específicos, foi realizado um estudo de caso comparativo em duas empresas que atuam no setor industrial no município de São Luís de Montes Belos – Goiás, e investigado o acesso dessas empresas a dois programas de incentivo, o Produzir e o Fomentar, para avaliar se houve diferença no estímulo à competitividade nos dois programas.

Atividades que incluíram observação direta e entrevistas com pessoas-chave das duas empresas permitiram o levantamento de informações em relação aos usos dos incentivos e suas destinações. Com a presente metodologia, foi possível estabelecer um parâmetro entre as empresas pesquisadas em relação ao recebimento de incentivos fiscais e demonstrar as contribuições destes para as empresas, tecendo comentários críticos a respeito do acesso aos incentivos e a falta de encaminhamento dos usos para os recursos conseguidos.

Para tanto, a pergunta norteadora se delineou como: Qual a contribuição dos programas Fomentar e Produzir para o estímulo à competitividade em duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás?

O presente trabalho é composto por sete partes, quais sejam: Introdução, nessa parte do estudo é apresentado o tema, a justificativa, o problema que originou o estudo e os objetivos do trabalho; 1 – Referencial teórico da pesquisa, discorrendo sobre: desenvolvimento, competitividade e incentivos fiscais; 2 – Referencial teórico, discorrendo sobre a história e dados socioeconômicos de São Luís de Montes Belos; 3 – Metodologia, caracterizando os métodos utilizados para o estudo; 4 – Descrição das empresas e apresentação dos dados coletados; 5 – Considerações finais. Ao final, são apresentadas as referências que nortearam o estudo.

1. DESENVOLVIMENTO, COMPETITIVIDADE E INCENTIVOS FISCAIS

Este capítulo apresenta uma revisão bibliográfica sobre os temas Desenvolvimento, Competitividade e Incentivos Fiscais. Para tratar destes, serão articulados os conceitos trazidos por diferentes autores e algumas variações encontradas. E, posteriormente, serão apresentados os principais programas de incentivos fiscais de Goiás.

1.1 Desenvolvimento

O conceito de Desenvolvimento é discutido por diferentes autores. A perspectiva aqui analisada é do desenvolvimento econômico. Para Bresser (2006), o desenvolvimento econômico é um fenômeno histórico que ocorreu nos países que realizaram uma revolução capitalista. Esta, por sua vez, se caracteriza pelo aumento da produtividade, da renda por habitante, de acúmulo de capital e incorporação de progresso técnico.

No dicionário de economia, crescimento econômico é tido como o aumento da capacidade produtiva dela, da produção de bens e serviços de determinado país ou área econômica.

Vieira e Santos (2012) fazem uma análise sobre o conceito de desenvolvimento e argumentam que a quantidade de recursos financeiros ou bens materiais e aumento da produção são importantes ao desenvolvimento econômico. Mas, a melhor distribuição dos recursos possibilita a harmonização do desenvolvimento, contribuindo para melhorias na qualidade de vida.

É preciso pensar que os instrumentos que corroboram para o desenvolvimento devem apoiar também formas de distribuição dos recursos, visto que a geração de emprego é uma forma muito estimulada para dar conta deste item.

Nas palavras de Borges (2014):

Entende-se que o desenvolvimento deve contribuir para a melhoria das condições de vida da população, garantindo que todos terão suas necessidades básicas atendidas, e isto significa o provimento não apenas de alimentos e vestuários, mas de moradia, saúde, educação, saneamento, e transporte coletivo. Esta propensão simples, mas poderosa, é frequentemente esquecida na busca de riqueza material e nas preocupações convencionais da economia (BORGES, 2014, p. 22).

Ainda segundo Borges (2014), nas literaturas, a industrialização sempre fora vista como fator essencial no desenvolvimento. Entretanto, esse fator busca relevância no aspecto da eficiência, visto que o aumento da renda per capita do país é sugerido como indicador de desenvolvimento deste. No entanto, indicadores como redução da pobreza, da desigualdade social e baixa do desemprego são fatores que não podem ser ignorados ao avaliar desenvolvimento econômico.

Sachs (2014) diz que:

Igualdade, equidade e solidariedade estão por assim dizer, embutidas no conceito de desenvolvimento, com consequências de longo alcance para que o pensamento econômico sobre desenvolvimento se diferencie do consumismo redutor. Em vez de maximizar o crescimento do PIB, o objetivo maior se torna promover a igualdade e maximizar a vantagem daqueles que vivem nas piores condições, de forma a reduzir a pobreza, fenômeno vergonhoso, porquanto desnecessário, ao nosso mundo de abundância (SACHS, 2014, p.14).

Dessa forma, o desenvolvimento precisa ser integral e atingir à todos, pois desenvolvimento parcial gera desigualdades e consequências como aumento da pobreza, assim: “[...] Nesse intuito, o desenvolvimento não envolve somente o crescimento econômico, mas a expansão das capacidades, porque o que qualifica o desenvolvimento são as oportunidades que oferecem” (BORGES, 2014, p. 30).

Segundo Wood JR. e Caldas (2007), o desenvolvimento da economia brasileira gera impactos sobre as empresas atualmente. Ao longo da história brasileira, percebe-se que seu desenvolvimento tem sido devagar se comparado às semelhanças de poder de compra a outros países, embora o Brasil seja um das maiores economias do mundo.

Ainda conforme os autores ora citados, com a evolução da economia brasileira, vários fatores geraram otimismo, com momentos propícios para o desenvolvimento, porém, também momentos frustrantes e de fracassos com forte influência de setores internacionais, uma vez que eram grandes investidores. Neste diapasão, a partir da década de 1990, vieram várias multinacionais para o Brasil e, ainda, algumas empresas brasileiras se instalaram em outros países.

As mudanças na economia fizeram com que as empresas fossem privatizadas, principalmente as siderúrgicas e petroquímicas. Assim, muitas empresas nacionais não conseguiram manter-se, sendo apropriadas por concorrentes locais ou internacionais. Então, para que elas se estabelecessem e desenvolvessem, percebeu-se a necessidade de modernização tecnológica para que somente assim obtivessem maior poder competitivo e

pudessem auferir maiores lucros. Porém, vários funcionários foram demitidos, como afirma Wood Jr. e Caldas (2007):

[...] As empresas buscaram fazer frente a necessidades urgentes de capacitação tecnológica, que se refletissem custos e qualidade mais competitivos. Para muitas empresas, os processos de ajuste foram traumáticos, com a demissão de milhares de profissionais (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 68).

Também segundo Focchezatto (2010), o desenvolvimento do país necessariamente dependerá do desenvolvimento regional, formando uma estrutura evolutiva. Dessa forma, várias razões fazem com que promovam ou diminuam o desempenho, pois perpassa por fatores como:

[...] políticas públicas, de incentivos fiscais, investimentos produtivos e em infraestrutura; difusão das novas tecnologias de produção baseadas na microeletrônica e a consequente reestruturação dos processos produtivos; e mudanças da renda per capita e da abertura comercial (FOCCHZATTO, 2010, p. 160-161).

Assim segundo Focchezatto (2010), as regiões mais apropriadas inicialmente eram a do sudeste do país, visto que elas detinham os maiores incentivos fiscais e por meados da década de 70 e 80, inicia-se uma descentralização que gradativamente alcança outros setores, o que possibilitou novas diversidades de empresas.

As novas tecnologias também abrem novos horizontes, novas possibilidades alcançadas por meio de melhorias na infraestrutura energética e de comunicação, facilitando o transporte do que era produzido. Sendo, também, ampliado até as oportunidades frente ao poder de exportação.

Contudo, ainda há uma preocupação quanto à localização geográfica dessas empresas como forma de diminuir custos e aumentar o lucro, visando uma localização com mais acessibilidade no transporte. Ocasionalmente aglomerações industriais em apenas algumas regiões “[...] Portanto, as aglomerações industriais e, por consequência, o desenvolvimento regional seriam mera consequência microeconômica da decisão de localização que minimiza custos de transporte” (FOCCHZATTO, 2010, p. 164-165).

O desenvolvimento econômico e regional implica melhorias e melhores condições de vida das pessoas, sendo necessárias políticas públicas, compromisso das autoridades e responsáveis pela região. Assim, desenvolvimento regional deve acarretar programas que abrangem melhorias na saúde, educação, turismo, geração empregos que propiciem a todas as

classes sociais, ou seja, uma vida mais digna. Bem como uma política que abarque questões de conservação ambiental, uma vez que:

O desenvolvimento econômico é uma questão ampla, pois ele engloba desde a evolução positiva dos indicadores econômicos, bem como as melhorias nos indicadores sociais e a preservação do ecossistema. Programar o desenvolvimento sem a melhoria de todos esses indicadores globais conduz ao longo do tempo as disparidades socioeconômicas e a degradação dos recursos naturais, que são também insumos produtivos e bens de consumo da população (LIMA *et al.*, 2003, p. 141).

O desenvolvimento econômico de uma determinada região pode ser conduzido pelo mercado competitivo, sendo ele visto de bom grado para regular sozinho os movimentos da economia. Contudo, não existem bases teóricas que comprovam esse pensamento, levando-nos a questionar, qual o papel do Estado no sistema econômico e no desenvolvimento de uma determinada região, uma vez que é função do Estado buscar a eficiência e igualdade, para que haja ascensão e desenvolvimento econômico. De acordo com Fiani (2011), o Estado tem papel primordial na promoção do desenvolvimento. Dentre as perspectivas mais pertinentes da economia enquanto ciência está sua propensão de desenvolver instrumentos ao Estado para que possa avaliar a vida econômica da sociedade.

Segundo Borges (2014), uma grande maioria de economistas tem o conceito de que os mercados competitivos teriam maior desenvolvimento se fossem detentores de autonomia comercial entre eles. Porém, não há teoria que defenda tal ideia, pois a imagem de funcionalidade sem a participação do Estado não estabelece harmonia entre os respectivos comércios, uma vez que visa cada um o seu próprio lucro. Nesta perspectiva do papel do Estado, sua relevância está no fato de que este ente organize políticas econômicas, sobretudo sobre “política monetária e política fiscal”.

Assim, desenvolvimento abrange diversos aspectos que possibilitam melhor qualidade de vida às pessoas num sentido humanitário em que à medida que as empresas da região ou de um país crescem, possibilitam os indivíduos melhor qualidade de vida, pois propiciará mais empregos, mais melhorias para a região, ocasionando maior poder de compra no mercado. Geram-se, assim, uma competitividade entre as empresas, tanto por benefícios quanto por obterem mais clientes.

Consoante à necessidade de crescimento e de desenvolvimento de determinada região, o Governo irá criar estratégias para seus objetivos. No caso de Goiás há alguns instrumentos, dentre eles os programas de incentivos fiscais que serão tratados mais adiante. Estes apoios

recebidos pelas empresas JBS Couros e Laticínios Montes Belos são exemplos de políticas públicas em que o Governo visa o desenvolvimento do estado por meio do crescimento das regiões.

Neste sentido, a análise buscará enxergar se houve desenvolvimento econômico nas atividades empresariais, entendendo este como aumento da produtividade, aumento de renda para habitantes (enxergado aqui sob a perspectiva de geração de emprego) e, incorporação de progresso técnico nas atividades empresariais com aquisições de maquinários ou melhorias no processo produtivo. Salienta-se que esta discussão será retomada no capítulo dos resultados da pesquisa.

Para enxergar funcionamento do desenvolvimento econômico, será tratado o tema da competitividade e, posteriormente, os temas das políticas públicas e incentivos. Assim, será possível compreender o funcionamento do desenvolvimento econômico das atividades produtivas capitalistas e a articulação das ações do estado para estímulo destas atividades produtivas, visando o desenvolvimento.

1.2 Competitividade

Em função da globalização, as empresas estão em busca de obter vantagens competitivas para que possam sobreviver ou alavancar o mercado. Competitividade e vantagem competitiva são termos bastante usados entre consultores, empresários e agentes do Governo.

Pode-se dizer que o termo competitividade é usado tanto para empresas como para as nações. Neste contexto, Porter (1990) discute a vantagem competitiva das indústrias e Porter (1993) das nações, sob o enfoque dos cinco tipos de forças competitivas: o poder de negociação dos clientes, o poder de negociação dos fornecedores, ameaça de novos entrantes, ameaça de produtos/serviços substituídos e rivalidade entre os concorrentes.

Conforme Porter (1999), no poder de negociação dos clientes, o mercado é influenciado pelos compradores que forçam a baixa dos preços, demandam uma maior qualidade ou mais serviços, possuindo então a capacidade de aumentar a disputa em um determinado mercado, colocando as empresas uma contra as outras, aguçando, dessa forma, a competitividade.

Com relação ao poder de negociação dos fornecedores, Porter (1999) diz que eles

podem exercer seu poder junto às empresas ao ameaçarem elevar os preços ou diminuir a qualidade dos produtos, deixando de fornecer a matéria-prima. E no que se refere à ameaça de novos entrantes, ele discorre que a entrada de novas empresas gera novas condições ao mercado, podendo haver redução dos preços, inflação dos custos, diminuição dos lucros de todo o mercado e que o grau de ameaça de um novo concorrente dependerá da preparação das empresas já existentes.

Finalizando as cinco forças competitivas levantadas por Porter (1999), tem-se a ameaça de produtos/serviços substituídos, a qual pode partir de qualquer empresa que possa lançar produtos que de alguma forma venha substituir os produtos existentes, sendo que esses novos produtos podem estabelecer um teto de preços do mercado, limitando o potencial de retorno. E a rivalidade entre os concorrentes, considerado o principal motivador da competitividade no mercado industrial, destaca-se na competição em relação ao preço do produto, inovação, melhorias na logística, entre outros.

O estudo foi realizado em indústrias, mas segundo Porter (1999, p. 29) “essa visão da competição também se aplica a setores que atuam com serviços”.

Segundo a mesma linha de pensamento, Mariotto (1991), neste modelo clientes, fornecedores, substitutos e potenciais entrantes, assim como os concorrentes propriamente ditos, afirma que todos exercem pressões sobre a empresa, as quais serão maiores ou menores, de acordo com cada caso.

Segundo Oliveira (2007, p. 95), “vantagem competitiva é identificação estruturada dos produtos ou serviços e dos mercados para os quais a empresa tem diferencial de atuação”. Ou seja, a vantagem competitiva são elementos que um produto/serviço possui e que está relacionado à diferente, inovador e que não pode ser substituído.

De acordo com Wood Jr. e Caldas (2007), alguns fatores como planejamento estratégico, relações de trabalho, financiamento, infraestrutura, desenvolvimento de mercados e tributação influenciam diretamente na capacidade competitiva de uma empresa. Sendo o Brasil detentor de uma das cargas tributárias mais pesadas se comparado a outros países com mesma fase de desenvolvimento, faz-se necessário um plano tributário eficaz para que haja aumento na competitividade industrial e estimule investimentos.

Assim, desafiando o país para alcançar estabilidade da necessidade do Estado em arrecadar com seus impostos e manter um bom ambiente de negócios, “A competitividade pode ser definida, de forma geral, como a capacidade de um sistema - país, setor industrial, grupo de

empresas ou uma empresa específica - de atuar com sucesso em um dado contexto de negócios” (WOOL JR. e CALDAS, 2007, p. 70).

Devem-se avaliar as possibilidades da empresa bem como fatores críticos, sendo observadas as particularidades da empresa. Segundo Roman *et al.* (2012), em uma pesquisa realizada, foram encontradas quinze estratégias que possibilitarão uma competitividade organizacional de sucesso. Estes fatores podem ser observados no Quadro 01:

Quadro 1 – Fatores de Competitividade Organizacional

Aliança Estratégica	Configura-se na visão de manter relacionamentos articulados entre empresas concorrentes, distribuidores e fornecedores.
Capital Humano	O capital humano deve ser valorizado com: treinamentos adequados, objetivando maximizar suas competências; um bom e ético ambiente de trabalho capaz de motivar o funcionário a melhorar seu desempenho.
Confiabilidade	Refere-se às relações com fornecedores e eficiência de equipamentos, assim gera confiabilidade ser pontual na entrega, a entrega ser com qualidade, planejamento organizacional a fim de evitar algum contratempo.
Conhecimento	Considerado como fator crítico de sucesso dentro do ambiente empresarial, sua disponibilização para as pessoas certas, no momento certo, é vital para a estruturação e para a conservação de competências de uma organização.
Custo	Configura-se na redução de desperdícios, redução de custo na produção com a finalidade de poder repassar ao consumidor um preço mais acessível.
Fatores Culturais	Fazem parte da competitividade e estão ligadas as ideologias, às leis e a rituais cotidianos que envolvem as pessoas da empresa.
Flexibilidade	Refere-se às mudanças ocorridas no ambiente e a capacidade da organização responder efetivamente a esses novos desafios.
Inovação	Pode ser no fato de produzir novos produtos, novos negócios, novas iniciativas, novas tecnologias.
Qualidade	Constituem da necessidade do cliente, assim os produtos são avaliados como forma de evitar ao máximo imperfeições e redução de erros no atendimento aos clientes.
Rapidez	Refere-se ao tempo de ser feito o produto, e tempo de entrega do produto de maneira que o tempo oferecido seja menor que o da concorrência.
Relacionamento com os Clientes	É relevante, pois aderi às necessidades do cliente e suas particularidades, como fidelização e respeito ao cliente.
Responsabilidade Social	Tem sido um ponto bastante cogitado na atualidade em que favorece a imagem da empresa criar condições para que seja realizado o uso de recursos ambientais, mas que visem a preservação do meio ambiente, e uso de tecnologias limpas, que não agredem o meio ambiente.
Sistema de Controle	Relacionado ao planejamento diante da avaliação de desempenho da empresa.
Técnicas de Produção	Referem-se aos meios de obter maior rendimento por meio de redução de desperdícios, utilização consciente dos recursos necessários e busca continua por melhorias.
Tecnologias de Informação e de Comunicação (TIC)	Nesse contexto atual de globalização, esse fator é preponderante uma vez que, por meio das TIC já não há mais distância entre as pessoas, assim seus produtos podem ser vistos por muitas pessoas. Diminuindo o custo nas transações comerciais.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Roman *et al.* (2012).

Nesta perspectiva, Roman *et al.* (2012) dizem que as empresas precisam se destacar dentre as demais no sentido de obter vantagens competitivas, sendo necessário, portanto, ter produtos confiáveis, baixo custo, qualidade e flexibilidade no sentido de adaptar-se ao momento e a necessidade empresarial e rapidez na entrega. Dessa maneira, os autores destacam que: “[...] a empresa adquire vantagem competitiva por meio da relação do conhecimento com a capacidade de inovar e da configuração de uma estrutura flexível capaz de reagir, favoravelmente, às frequentes mudanças de ambiente” (ROMAN *et al.*, 2012, p. 32).

Assim, empresas têm tentado se manter no mercado. Essas perpassam por um cenário em que se torna difícil conservarem-se ativas e competir junto aos demais mercados. Conforme Cezarino e Campomar (2006), na contemporaneidade, micro, pequenas e médias empresas buscam participação em aglomeração de firmas chamadas de “*clusters*”. Para os autores, essas aglomerações também são chamadas de “arranjos produtivos”. Essas empresas são importantes “[...] em países como o Brasil, onde há alto desequilíbrio regional, micro e pequenos empreendimentos podem desempenhar um importante papel na descentralização industrial” (CEZARINO e CAMPOMAR, 2006, p. 04).

Algumas empresas recebem incentivos fiscais para que permaneçam em determinada região, gerando certa indisposição entre os estados. Borges (2014) traz uma análise crítica sobre os incentivos à atração de empresas:

A guerra fiscal consiste na disputa entre diferentes Estados da federação pela atração de relevantes investimentos fiscais, especialmente, com a renúncia do ICMS. Trata-se de um fenômeno dinâmico e multifacetado, que abrange, não só as disputas mais conhecidas de atração de fábricas de automóveis, como outros incontáveis incentivos a setores específicos da economia (BORGES, 2014, p. 86).

Segundo Wood Jr. e Caldas (2007), as estratégias para a competição abrangem três fatores (fatores sistêmicos, estruturais e os internos à empresa).

Os “Fatores sistêmicos” são fatores externos, mas que refletem nos estruturais e a capacidade competitiva da empresa faz parte dos fatores macroeconômicos, como “[...] taxa de câmbio, oferta de crédito, e taxas de juros” (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 70), bem como fatores institucionais como “[...] políticas tributárias, regras para compras por parte do Estado e esquemas de suporte ao risco tecnológico [...] políticas de proteção à propriedade industrial, de preservação ambiental, de defesa da concorrência e de defesa do consumidor” (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 70). Ainda com fatores de infraestrutura que disponibiliza

energia, telecomunicações e serviços tecnológicos, bem como fatores sociais que abarcam mão de obra, legislação do trabalho, segurança do trabalho e, ainda, acordos internacionais, abrangendo políticas de comércio exterior. Salienta-se que tais fatores sistêmicos não beneficiam a competitividade das empresas.

Os “Fatores estruturais” referem-se ao setor empresarial, abrangendo características do mercado consumidor, configuração geral da empresa e modelo de concorrência. Em relação aos fatores estruturais segundo Wood Jr. e Caldas (2007) tem-se que:

[...] existe enorme variação e desigualdade entre os setores. No Brasil, convivem setores maduros e razoavelmente desenvolvidos, como papel e celulose e siderúrgica, com setores pouco desenvolvidos, como a construção civil residencial. Nos setores menos desenvolvidos, problemas mais comuns é a reduzida articulação da cadeia de valores, o número excessivo de pequenas empresas e o nível tecnológico (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 71).

Os “Fatores internos à empresa” compreendem-se aspectos referentes à gestão que abrangerá a competência dos executivos, visando às decisões dos empresários a fim de gerar lucros, sendo assim “[...] a capacidade dos gestores de orquestrar de forma eficiente e eficaz todos os recursos, distinguindo dos concorrentes e gerando valor” (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 71).

Nesta perspectiva, empresas bem sucedidas são aquelas que dispõem de uma gestão competente. “[...] De fato, empresas têm sido bem sucedidas ao tomar traços positivos como a flexibilidade, a agilidade, a valorização das relações pessoais e a capacidade de adaptação como base para seu modelo de gestão” (WOOD JR. e CALDAS, 2007, p. 71).

Portanto, a competitividade tem como foco principal o cliente, uma vez que este é gerador de lucros. Assim, empresas têm tentado buscar várias maneiras de conhecer seus clientes e melhorar seu atendimento, bem como propiciar melhores condições de mercado e desenvolvimento do desempenho e das pessoas que trabalham nas empresas, considerando as exigências do mercado globalizado que cada dia torna-se maior.

Nota-se então que as empresas devem apresentar prioridades, com finalidade de desenvolver sustentar-se em longo prazo no mercado competitivo, haja vista que, todas as empresas, não apenas as grandes, mas micro e pequenas empresas possam alcançar seu “lugar” no mercado.

E, assim, ao se desenvolverem, possibilitem a região ampliação das capacidades de melhores condições de vida em que gerem políticas que abranjam melhorias e que

possibilitem tais comércios a permanecerem em uma determinada região. Como por exemplo, os incentivos fiscais que propiciaram possibilidades a uma empresa de manter na região e, com isso, gerar empregos e salários que projetem nos comércios, gerando maior poder de compra.

Há autores que assumem que a competitividade depende das competências do empreendedor. Por isso, será aberto um item para falar do papel do empreendedor no estímulo à competitividade.

1.3 O empreendedor, a competitividade e o desenvolvimento

É atribuído ao empreendedor o papel de inovador, ou de pensador em alguns aspectos da competitividade. É a escala de atuação do agente. Para chegar ao desenvolvimento, é necessário estímulos à competitividade e inovação, e isto é possível em função da atuação do estado no que diz respeito ao poder público e ao empreendedor, que representa o poder privado.

De acordo com Nakashima (2002, p. 14), “o termo empreendedor se origina do francês *entreprendre* e uma tradução aproximada seria inter-fazedor”.

Nakashima (2002, p. 14), trás a seguinte indagação: “O que é empreendedorismo e quem é empreendedor?”.

Segundo Nakashima (2002):

Para os economistas, um empreendedor é aquele que ajunta recursos, trabalho, materiais e outros ativos, combinando-os de forma a gerar maior valor, através da inovação. Para os psicólogos, é a pessoa motivada pela necessidade de obter alguma satisfação, como recompensa material, reconhecimento social ou tão somente a independência pessoal. Para os empresários, um empreendedor pode ser visto ora como uma ameaça, um competidor agressivo, ou como uma fonte de recursos, um cliente ou uma pessoa em quem vale à pena investir (NAKASHIMA, 2002, p. 17).

Schumpeter (1934) evidencia o papel do empreendedor como motivação primária do desenvolvimento econômico, apontando o meio pelo qual o empresário inovador provoca empresas estabelecidas ao inserir novas invenções, que tornam a tecnologia e produtos existentes obsoletos. Assim, cabe aos gestores buscarem por meio de novas técnicas inovar e fazer com que as empresas se tornem mais competitivas, aumentando seu poder de desenvolvimento.

Ainda segundo Shumpeter (1950), o empreendedor tem como função transformar os

padrões de produção, buscando novas tecnologias para produzir um produto novo ou remodelar um antigo.

Outros teóricos do empreendedorismo também se referem ao empreendedor como peça fundamental para o desenvolvimento econômico. De acordo com Filion (1999, p. 167 apud MASSAINI et al., 2012, p. 3), empreendedor “é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidade de negócios”.

Independente do tamanho, para ser considerada empreendedora, uma empresa deve ter características peculiares. Neste sentido, Drucker (2008) afirma que empreendedor é aquele que começa seu próprio negócio, possuindo características especiais, devendo esta ser inovadora, ofertando algo novo e diversificado, sendo capaz de fazer mudanças ou transformar valores.

Conforme Nakashima (2002), um apanhado histórico dos conceitos de empreendedor e empreendedorismo têm se desenvolvido ao longo do tempo, como pode ser observado no Quadro 02:

Quadro 2 – Resumo Histórico dos Conceitos de Empreendedor e Empreendedorismo

Idade Média	Ator (tipicamente de lutas); responsável por grandes projetos.
Século XVII	Assumir riscos de contratos com o Governo a preços fixos.
1725	Richard Cantillon - pessoa que assume riscos (empreendedor) é diferente da que fornece o capital (investidor).
1797	Beaudeau - pessoa que toma riscos, planejando, supervisionando, organizando e sendo proprietário.
1803	Jean Baptiste Say - separação clara entre o lucro empreendedor e o lucro do capital.
1876	Francis Walker - distinção entre aquele que aplica recursos em troca de juros daquele que recebe lucro pela capacidade gerencial.
1893	Richard Ely e Ralph Hess - simplificação econômica da produção em quatro agentes: trabalho, terra, capital e empreendedor.
1922	Frederick Lavington - empreendedor pode ser um homem de negócios, um sócio, um detentor de ações, uma cooperativa ou um corpo municipal.
1934	Joseph Schumpeter - empreendedor é um inovador e desenvolve tecnologias novas, não necessariamente inventadas por ele.
1959	Arthur Cole - empreendedor olha para um futuro indefinido, crescimento, desenvolvimento e continuidade.
1961	David McClelland - empreendedor é um enérgico tomador de risco, que mede seus resultados financeiramente.
1962	Alfred Chandler - empreendedor é um alocador de recursos e um decisor operacional.
1963	Hugh Aitken - empreendedor determina a personalidade da empresa.
1964	Peter Drucker - empreendedor maximiza oportunidades.
1966	Kirk Draheim - empreendedor é o iniciador de um novo empreendimento, na forma de empresa.
1968	William Baumol - mais que inovador, o empreendedor é um líder.

1970	Orvis Collins e David Moore - empreendedor constrói uma empresa do nada, através de atitudes positivas.
1971	John Hornaday e John Aboud - empreendedor tem uma escala maior de necessidade de realização, independência e liderança.
1975	Justin Longenecker e John Schoen - empreendedor tem padrões não financeiros de avaliação de negócios.
1975	Albert Shapero - empreendedor toma iniciativa, organiza mecanismos sociais e econômicos, e aceita o risco do insucesso.
1978	Harvey Leibentein - o empreendedor é um preenchedor de lacunas e um complementador de insumos.
1980	Karl Vesper - empreendedor tem conceitos diferentes para economistas, psicólogos, empresários e políticos.
1980	Nicholas Stacey - a maior virtude do empreendedor é a capacidade de explorar caminhos para o sucesso sem se abater com os percalços.
1980	Hans Schollhammer - o empreendedorismo aplicado numa empresa estabelecida, ou intrapreneurship, tem as dimensões: administrativa, oportunista, aquisitiva, incubadora e imitativa
1981	Gordon Baty - a atitude empreendedora é guiada pela vontade de ganhar, não somente de participar.
1983	Gifford Pinchot - intrapreneur é um empreendedor dentro de uma organização já estabelecida.
1984	Robert Ronstadt - empreendedorismo é um processo dinâmico de criação incremental de riqueza, por indivíduos que assumem riscos maiores em termos de patrimônio, tempo e carreira, para oferecer produtos e serviços não necessariamente inéditos, mas somente possíveis graças à alocação dos recursos e capacitação agregados pelo empreendedor.
1985	Robert Hisrich - empreendedorismo é um processo de criação de alguma coisa diferente com valor pela dedicação de tempo e esforços, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais, em troca de recompensas monetárias e satisfação pessoal.
1991	Filion - empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões.

Fonte: Elaborado pela autora a partir de Nakashima (2002).

O empreendedor, em cada uma destas definições, é visto por diferentes ângulos, mas todos contêm noções similares de criação, organização, novidade, riqueza e risco. Mas ambas são um pouco restritivas, afinal, existem empreendedores em todas as profissões, não apenas para empresários.

Partindo deste princípio, uma melhor forma de conceituar o empreendedorismo que aborde todas essas particularidades é defini-lo como sendo um processo de criação de algo diferente com valor, pelo sacrifício de tempo e empenho necessário, aceitando os riscos financeiros, sociais e físicos a troco de remuneração e satisfação pessoal.

Na função dos empreendedores, serão analisadas duas empresas para enxergar de que maneira podem atuar nas transformações socioeconômicas locais, através da articulação entre a esfera pública, pois acessam benefícios que visam desenvolvimento, e o local, pois se responsabilizam por produção local e por geração de emprego e renda.

A seguir, serão apresentados conceitos de políticas públicas para explicar o funcionamento dos incentivos fiscais.

1.4 Políticas Públicas e Incentivos Fiscais

Partindo do princípio que o desenvolvimento do país depende de algumas políticas públicas, torna-se necessário explorar o assunto.

De acordo com Secchi (2010), ainda não há na literatura especializada um consenso a cerca dos questionamentos básicos sobre a definição de política pública.

Conforme Sabatier (1995), a política pública surgiu como parte significativa entre os anos 1960 e 1970, dentro da disciplina de Ciência Política, e Daniel Lerner e Harold Laswell são considerados os pioneiros em estudos sobre a mesma. Para Souza (2006), a área de políticas públicas teve quatro importantes precursores, Easton, Laswell, Lindblom e Simon.

Diante de um assunto ainda considerado novo, percebe-se que há um grande número de ideias a cerca do tema, e que a única coisa comungada pelos autores é que a política pública atinge profundamente a vida de cada pessoa na sociedade.

Algumas definições de políticas públicas relacionam a expressão “política pública” ao seu elaborador, outras ao seu objetivo. Primeiramente, é necessário saber que política pública não é uma decisão isolada, e sim, um agrupamento de decisões. Neste sentido, Rua (2009, p. 20) diz que “embora uma política pública implique decisão política, nem toda decisão política chega a constituir uma política pública”.

É importante destacar alguns dos vários enfoques direcionados ao significado de política pública. Secchi (2010, p.2) diz que “alguns atores e pesquisadores defendem a abordagem estatista, enquanto outros defendem abordagens multicêntricas no que se refere ao protagonismo no estabelecimento de políticas públicas”.

Para Secchi (2010), a abordagem estatista reconhece as políticas públicas propriedade de atores estatais. Ou seja, somente é política pública quando for proveniente de ator estatal. Partindo do mesmo princípio, Salisbury (1995) discorre que política pública constitui-se das decisões aprovadas ou sancionadas pelo Governo. Em outras palavras, significa os resultados de processos governamentais.

Rua (2009) defende que a atuação e decisões partidas da iniciativa privada, mesmo que sejam de interesse público não se misturam com atos políticos e com política pública. Que havendo ação partindo da sociedade para tentar resolver um problema público, haverá uma ação privada de benefício público, e não uma ação de política pública.

Ainda de acordo com Secchi (2010), a abordagem estatista permite que atores estatais

tenham influência no processo de elaboração de políticas públicas, porém, não lhes confere o direito de estabelecer e encabeçar o processo.

Tratando-se da abordagem multicêntrica, o que importa para ser política pública não é quem cria a política, e sim, a origem do problema a ser enfrentado. Logo, se a dificuldade a ser afrontada é pública, uma política é considerada “pública”. De acordo com Secchi (2010), o fundamento conceitual de políticas públicas é o problema público.

Na mesma linha de pensamento, para Heidemann (2010, p. 31) política pública deve ter a abordagem multicêntrica:

A perspectiva de política pública vai além da perspectiva de políticas governamentais, na medida em que o governo, com sua estrutura administrativa, não é a única instituição a servir à comunidade política, isto é, a promover “políticas públicas” (HEIDEMANN, 2010, p. 31).

Lima (2012, p. 52) em um estudo sobre a discussão de conceitos de política pública resume este assunto da seguinte forma: “tem-se que a **abordagem estatista** adjetiva o termo política em função do **decisor** e a **abordagem multicêntrica** adjetiva em função do **objetivo** da política” (grifo do autor).

Os incentivos fiscais são programas elaborados a partir de políticas públicas criadas pelo Estado que visam o desenvolvimento. Diante do contexto sobre políticas públicas apresentada por Secchi (2010), pode-se dizer que fazem parte da abordagem estatista, onde o ator estatal elabora e coordena todo o processo.

O termo incentivo está relacionado à atitude de estimular, animar e entusiasmar. Quando se fala de incentivos fiscais, trata-se dos estímulos criados pelos governos para estimular, por meio de parcerias com a rede privada os interesses de alguns setores no país.

Considera-se benefício fiscal como um termo abrangente, pois “em economia a palavra fiscal envolve tanto questões ligadas à receita como à despesa, podendo, assim, designar não apenas os benefícios tributários como também os gastos diretos na forma de subsídios, subvenções” (ALMEIDA, 2000, p. 28).

Tratando-se de incentivos fiscais ou benefícios fiscais, deve-se ser percebido que nem todo benefício fiscal é um benefício tributário.

A Constituição Federal de 1988 (CF/88), em seu artigo 165 e a Lei Complementar 101 de 2000, chamada também de Lei da Responsabilidade Fiscal, no artigo 14, assinalam as ações de benefícios fiscais como: anistias, créditos presumidos, alterações de alíquotas, isenção, mudanças na base de cálculo, remissões e subsídios. Estas ações de benefícios fiscais

representam um quadro de modalidades de benefícios: a desoneração tributária, os benefícios creditícios, benefícios tributários e benefícios financeiros.

Benefícios tributários são os previstos em legislação tributária específica que de acordo com Sayd (2003 p. 12), “dizem respeito aos dispositivos legais que permitem a isenção ou redução dos impostos que constituem a receita que é obtida através de arrecadação tributária, com objetivos específicos de beneficiar grupos relativamente restritos”.

Deste modo, os benefícios fiscais que são relacionados com a tributação são chamados de benefícios tributários, os quais podem ser considerados incentivos fiscais, ou não. Os que são considerados incentivos fiscais são aqueles que fomentam uma indução do comportamento dos agentes econômicos que se submetem a este.

Almeida (2000, p. 28) define incentivo fiscal como “benefício tributário que estimule os agentes a agir de determinada forma, objetivando a atingir um alvo econômico ou social previamente definido”. Segundo o Código Tributário Nacional, os incentivos fiscais fazem parte do conjunto de políticas econômicas que visam facilitar o aporte de capitais em uma determinada área através da cobrança de menos impostos ou de sua não cobrança, visando o aquecimento econômico do respectivo território, principalmente com capitais exógenos de fora.

Os governos estaduais adotam os incentivos fiscais como instrumentos de promoção e forma de incrementar a industrialização em suas regiões. Esta prática é realizada por meio de políticas públicas.

As políticas públicas podem receber várias definições, partindo do pressuposto de que há para ela diversas funções sociais executáveis pelo Estado. Para Lynn (1980), política pública é o conjunto de ações do Governo que irão produzir efeitos específicos. As ações de políticas públicas podem acontecer pelo Estado, neste caso, o brasileiro, nas esferas federal, estadual e municipal.

Peters (1986, p. 21) define políticas públicas como, “a soma das atividades dos governos, que agem diretamente ou através de delegação e que influenciam a vida dos cidadãos”. Assim, pode-se notar que ações praticadas por meio da união de Estados, municípios, tais como os incentivos fiscais, promovem mudanças na vida da população.

Segundo Lasswell (1951), o que tange as políticas públicas deve ser respondido com as perguntas: “quem ganha o quê, por que e que diferença faz?”. De acordo com este autor, se faz necessário questionar quem ganha o quê com as políticas públicas. Considerando-se os

incentivos fiscais como questão, se faz necessário o pensamento sobre quem ganha e o que ganha com os programas de incentivos fiscais, assim como o porquê e o que mudará para uma região, as empresas e pessoas nela existente.

Com a criação de alguns programas de incentivo fiscal, o Estado deixa de arrecadar parte de alguns impostos, mas busca atrair número maior de empresas e, com isso, se desenvolver. Pois, parte das empresas beneficiadas realiza ações como geração de empregos, aumento da renda, emprega com direitos trabalhistas, dentre outros elementos.

Dentre os incentivos fiscais, os mais adotados no cenário tido como “guerra fiscal”, entre os Governos estaduais e que de acordo com Alves (2001), são os que:

[...] promovem a redução do somatório de débitos e créditos (imposto devido): redução direta, a partir de desconto sobre o valor nominal ou real devido e redução indireta; o recolhimento é feito em prazo maior que o normal sem correção monetária e sem juros (ALVES, 2001, p. 50).

Com a Constituição de 1988, os Estados e Municípios alcançaram sucesso num movimento em favor de uma maior autonomia fiscal. Em meados da década de 1990, ocorreram transformações na economia brasileira, modificando-se as condições políticas e econômicas. Neste período, intensificou-se no Brasil uma grande disputa fiscal entre os Estados, que foi chamada de “guerra fiscal”.

Esta se deu como consequência das isenções tributárias concedidas por muitas unidades da Federação para atrair investimentos, tendo como objeto de negociação a arrecadação de tributos, habitualmente, o Imposto sobre Operações relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) para os Estados e o Imposto sobre serviços de qualquer natureza (ISS) para os municípios.

Os benefícios oferecidos às empresas não se limitam somente em questões fiscais, contemplando também doação de terrenos, infraestrutura e ajuda financeira, por meio de financiamentos em longo prazo. Trata-se de um conjunto de ações gerado entre governos estaduais (e, ocasionalmente entre governos municipais) com intuito de atrair investimentos privados ou de retê-los em seus territórios.

Segundo Hulten e Schwab (1997, *apud* NASCIMENTO, 2008, p. 679), “guerra fiscal configura aspectos positivos e negativos, quanto ao positivo possibilitará ao administrador público, geração de emprego e renda, crescimento do Produto Interno Bruto - PIB local e também da receita tributária futura”. O aspecto negativo compreende perdas da receita

presente porque não há uma regulamentação que faça com que as empresas permaneçam no local dos benefícios recebidos e, assim, os recursos concedidos não serão recuperados.

De acordo com Prado e Cavalcante (2000, p. 113), a descentralização do poder de decisão sobre práticas de políticas públicas que pertencia ao Governo Federal e passou às esferas estaduais, criou-se um vazio de políticas, hora preenchido pela ação de grupos regionais.

A guerra fiscal perpassa zonas beneficentes que criam novos empregos expandindo a renda da região entre outros benefícios. Em contrapartida, segundo Diniz (2000, p. 343), “essas renúncias implicarão em sacrificar a população, pois, desgastam finanças públicas, impostos os quais seriam investidos em saúde, educação, saneamento básico, dentre outros”.

Diniz (2000, p. 343) ainda afirma que os estados mais desenvolvidos saem vitoriosos nas disputas, visto que os mesmos têm melhores condições quanto à localização e maior poder financeiro, o que certamente agravará as desigualdades regionais.

Logo, se faz necessário a adoção de regulamentos que amenizem os impactos negativos causados pela guerra fiscal.

1.4.1 Incentivo Fiscal em Goiás

As associações entre atividades agrícolas e inovações tecnológicas alteraram os usos e ocupações do Centro Oeste e em Goiás. Aumento e transformação da produção e aprofundamento do processo de urbanização em Goiás também estimularam o setor de serviços e a economia do estado foi se fortalecendo.

O estímulo para empresas industriais e ampliação do setor de serviços tem contribuído como o aumento da geração de renda no estado. Conforme o processo foi se expandindo, cidades não metropolitanas também começaram a modificar sua produção e atrair também empresas.

De acordo com Oliveira (2011), o Fundo de Expansão da Indústria e Comércio do Estado de Goiás (Feicon) é o precursor dos programas de incentivos fiscais do Estado de Goiás, criado pela Lei nº. 7.531 de 1971, sendo estabelecido pela Comissão de Desenvolvimento Industrial.

Este programa foi idealizado para satisfazer algumas empresas específicas, tais como: Cecrisa, Itambé, Laboratório Halex Star, Emegê e Mabel que iniciaram suas atividades no

estado. Segundo Oliveira (2011), cerca de 90 projetos, sendo 66 em Anápolis, 12 em Goiânia e demais no centro-sul de Goiás, tratando-se das empresas a cima, a maioria ainda se mantém ativas.

No entanto, o Feicon não era visto como atrativo para desenvolvimento, uma vez que tinha cobertura e ferramentas reduzidas, sendo este considerado como teste para manter as empresas em Goiás.

A partir da Lei nº. 7.700 de 1973 foram concedidos incentivos fiscais e financeiros a várias indústrias, iniciando-se uma industrialização no estado.

Os programas de incentivos fiscais Fomentar e Produzir são resultados de projetos de políticas públicas usadas pelo Governo de Goiás como meio de alcançar um maior desenvolvimento, a seguir as apresentações dos programas em questão.

1.4.1.1 Fomentar e Produzir

O Governo do Estado de Goiás criou os programas Fomentar e Produzir que buscam incentivar as atividades industriais através do uso do ICMS.

Para entender o que são o Fomentar e Produzir é necessário primeiramente que se faça uma abordagem sobre o elemento principal destes programas, o Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços, conceituando primeiramente imposto e, por fim, o ICMS.

Imposto é o tributo cuja obrigação tem por fato gerador uma situação independente de qualquer atividade estatal específica, relativa à sua atividade ou a seu patrimônio, é o que de depreende da dicção do art. 16 do CTN.

Carvalho (2004) define imposto como sendo o tributo que tem por princípio de incidência um fato alheio a qualquer atuação do Poder Público. Assim, pode-se definir o imposto como tributo não vinculado à atividade estatal, o que o torna ligado à atividade do particular, ou seja, ao âmbito privado do contribuinte.

O art. 145, I, da CF/88 também prevê esta figura tributária, sem tecer considerações sobre o aspecto material do gravame.

Para Rocha (2009, p. 18):

A definição do CNT, não é satisfatória, eis que ela é apenas negativa. Tal definição deve ser entendida de modo a levar em conta também o preceito constitucional do artigo 145, que estipula o princípio de que os impostos devem ser graduados de acordo com a capacidade econômica (ROCHA, 2009, p. 18).

O imposto, portanto, deve guardar relação com a capacidade contributiva. Daí, pode-se extrair o princípio de que quanto maior for à manifestação de riqueza em dada situação, maior será o valor do imposto devido. Para Carvalho (2004, p. 36), “podemos definir impostos como o tributo que tem por hipótese de incidência um fato gerador alheio a qualquer atuação do Poder Público”. O imposto é de competência privativa, atribuída pela CF/88, ou seja, é exclusivamente da União ou dos Estados ou dos Municípios ou do Distrito Federal (arts. 153 a 155 da CF/88). O art. 155, II da CF/88 e Lei Complementar (LC) nº. 87/96, tratam o ICMS como “imposto sobre operações relativas à circulação de mercadorias e sobre prestação de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação”.

O ICMS é um imposto estadual, sucessor do antigo Imposto de Vendas e Consignações (IVC). Foi instituído pela reforma tributária da Emenda Constitucional nº. 18/65 e representa cerca de 80% da arrecadação dos Estados. É gravame plurifásico (incide sobre o valor agregado, obedecendo-se ao princípio da não comutatividade - art. 155, § 2º, I, CF/88), real (as condições da pessoa são irrelevantes) e proporcional, tendo, predominantemente, um caráter fiscal.

O ICMS é de grande importância para os Estados e Distrito Federal, pois representa o imposto de maior arrecadação do País. A atual CF/88 atribuiu aos Estados e ao Distrito Federal a competência para regulamentar o ICMS, observando as normas gerais previstas pela Lei Complementar nº. 87/96 e pelos convênios firmados entre os Estados. É por essa razão que cada Estado brasileiro possui seu próprio regulamento para esse imposto, determinando o prazo de recolhimento e o documento a ser utilizado em sua arrecadação.

Segundo Paschoal (2009), o Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás (Fomentar), foi criado pela Lei nº. 9489/84, visando apoiar o desenvolvimento dos setores de micro, pequenas e médias empresas, apoiando também o desenvolvimento de grandes empreendimentos industriais de relevância social e econômica.

Consoante a Secretaria de Indústria e Comércio (SIC), os resultados alcançados em vinte e quatro anos conduziram ao início de um forte parque industrial firmado na crescente agroindústria goiana, gerando milhares de empregos diretos e indiretos.

De acordo com Faria (2004), o êxito conseguido com o Fomentar permitiu ao Governo do Estado de Goiás a criação de um novo programa, o qual vem fazendo com que o estado seja um atrativo quando se fala em investimentos. O Produzir, lançado em 2000, tem por objetivo incentivar a implantação, expansão ou revitalização de empresas industriais.

O Programa de Desenvolvimento Industrial de Goiás (Produzir) é conceituado pela Secretária de Estado de Indústria e Comércio como:

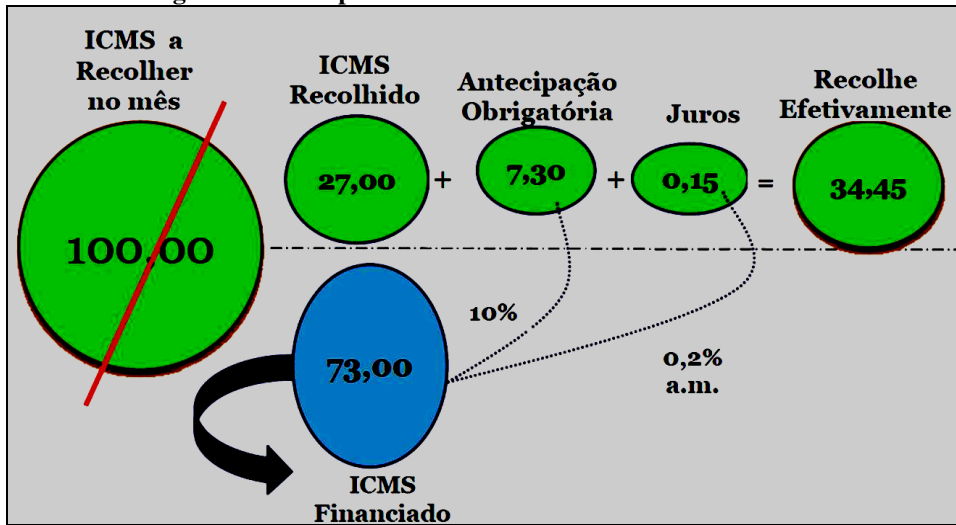
Programa que incentiva a implantação, expansão ou revitalização de indústrias, estimulando a realização de investimentos, a renovação tecnológica e o aumento da competitividade estadual com ênfase na geração de emprego, renda e redução das desigualdades sociais e regionais (SIC, 2012).

Com a Lei nº. 16.285 de 2008, às empresas beneficiárias do programa Fomentar puderam migrar para o Produzir, podendo estas também permanecer no Fomentar e reformular seus projetos. Ambos os programas atuam financiando parcela mensal de ICMS devido pelas empresas que possuem o benefício, levando a um custo de produção mais baixo, possibilitando uma maior competitividade no mercado, diferenciando-se no limite total do ICMS a ser financiado, sendo 70% no Fomentar e 73% no Produzir.

O Produzir é considerado o programa do Governo de maior importância na atração de investimentos, sendo este amparado pela Lei nº. 13.591/00 e Decreto nº. 5.265/00. Contribui para a implantação, expansão, revitalização das indústrias em Goiás. Este programa tem por objetivo financiar parte do ICMS mensal devido pela empresa. Dos 73% do ICMS que pode ser financiado, a empresa pagará juros de 0,2% a.m. e, ainda, uma antecipação de 10% sobre o valor financiado como forma de garantia, a qual será usada para implementar vários programas de Governo.

No mês em que a empresa tenha que recolher 100,00 de ICMS, ela poderá financiar 73,00, ficando um saldo de 27,00 a ser recolhido, valor que deve ser somado aos 7,30 dos 10% da antecipação e também aos 0,15 centavos dos 0,2% de juros a.m. Assim, a empresa recolherá efetivamente o valor de 34,45, como pode ser observado na Figura 1.

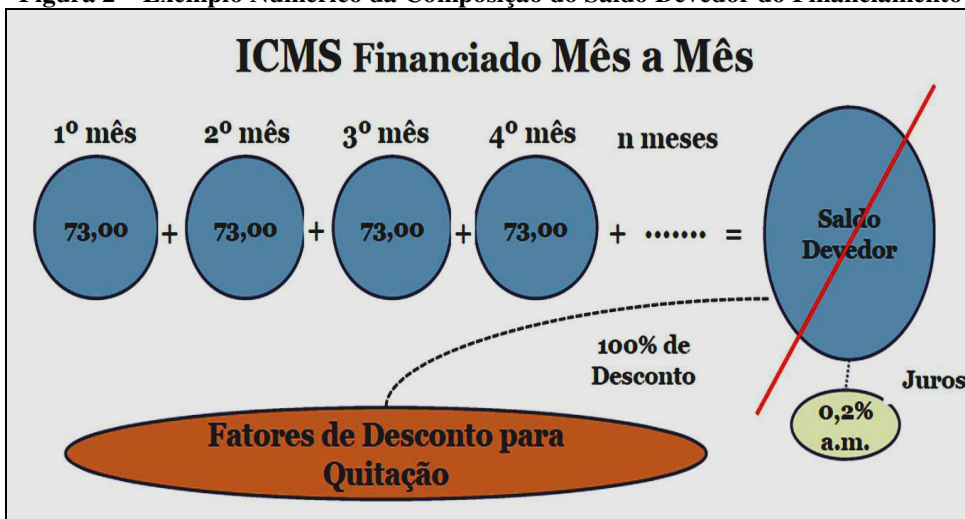
Figura 1 – Exemplo numérico do financiamento concedido



Fonte: SIC (2012).

O saldo devedor do financiamento é composto pelo valor financiado mês a mês, alcançando os 73% de limite. Este, por sua vez, será quitado nas auditorias de rebate, onde a empresa deverá comprovar fatores de descontos escolhidos por ela em seu projeto. A empresa por meio da comprovação dos fatores objetivará conseguir 100% de desconto quitando todo o financiamento, como pode ser verificado na Figura 2.

Figura 2 – Exemplo Numérico da Composição do Saldo Devedor do Financiamento



Fonte: SIC (2012).

O Produzir é dividido em subprogramas e cada um deste é destinado a um ramo de atividades específicas e forma de enquadramento do regime de tributação, o que pode ser observado no Quadro 03.

Quadro 3 – Subprogramas do Produzir

Subprogramas	Objetivo	Lei de Criação
Microproduzir	Incentivar a implantação ou expansão de micro e pequenas empresas, enquadradas ou não no Regime Simplificado de Tributos Federais, desde que o faturamento não ultrapasse o limite estipulado para o Regime. Financiamento de até 90% do ICMS mensal num prazo de 3 à 5 anos, limitado à 2020.	Lei nº. 13.591 de 18/01/00
Centroproduzir	Incentivar, por meio de apoio financeiro, a instalação, no Estado de Goiás, de central única de distribuição de produtos de informática, telecomunicação, móvel, eletroeletrônico e utilidades domésticas em geral.	Lei nº. 13.844 de 01/06/01
Teleproduzir	Prestação de assistência financeira destinada ao financiamento de parcela do custo do investimento realizado, à empresa de telecomunicação que instalar unidade central de atendimento (call center) no Estado de Goiás.	Lei nº. 13.839 de 15/05/01
Comexproduzir	Apoiar operações de comércio exterior no Estado de Goiás realizadas por empresa comercial importadora, inclusive por <i>trading company</i> , que operem exclusiva ou preponderantemente com essas operações. Concede um crédito outorgado de ICMS, a ser apropriado na saída interestadual de mercadorias importadas, compensando o imposto devido pela empresa no valor de até 65% sobre o saldo devedor do imposto no período correspondente às operações internacionais.	Lei nº. 14.186 de 27/06/02
Tecnoproduzir	Prestação de incentivo financeiro destinado a motivar investimentos privados para a construção da torre central do “Teleporto Parque Serrinha”, cujo prazo para execução será de 03 anos, após realização do termo licitatório. O incentivo poderá ser concedido com base na arrecadação do ICMS efetivamente pago pela empresa investidora, após celebração de TARE com a Secretaria da Fazenda.	Lei nº. 13.919 de 04/10/2001
Logproduzir	Incentivar a instalação e expansão de empresas operadoras de Logística de Distribuição de produtos no Estado de Goiás. O incentivo consiste na concessão de crédito outorgado sobre o ICMS incidente sobre as operações interestaduais de transportes pela empresa operadora de logística.	Lei nº. 14.244 de 29/07/02

Fonte: SIC (2012).

Os programas Produzir e Microproduzir oferecem condições diferentes para que cada empresa possa se encaixar em uma delas.

No que diz respeito ao enquadramento, o Produzir é destinado à média e grande empresa e grupo econômico. Já para a micro e pequena empresa, o programa é o Microproduzir. Empresas que têm um faturamento acima do limite fixado para o enquadramento no Simples Nacional são cadastradas no Produzir e aquelas que possuem faturamento até o limite fixado para o enquadramento no Simples Nacional no Microproduzir.

Tratando-se do ICMS financiável, o Produzir permite um limite de até 73%. Logo, as empresas cadastradas no Microproduzir podem financiar um percentual maior do imposto a recolher, chegando este em até 90%.

Para financiar o ICMS, ambos os programas possuem taxas de juros de 0,2 a.m., os quais não são capitalizáveis. Os prazos de uso do benefício variam conforme observação dos coeficientes de prioridade do projeto, medidos de acordo com critérios econômicos e sociais regulamentados, podendo chegar ao limite de até cinco anos para o Microproduzir ou 15 para o Produzir, com prazo limite o ano de 2020. Em atendimento a uma demanda do setor industrial que argumentava insegurança de investir devido a proximidade do final dos incentivos, recentemente, em 2014, foi prorrogado pelo Governo o prazo de fruição até o ano de 2040.

Os programas exigem projetos, sendo este completo, com assinatura de economista regularizado no Conselho Regional de Economia/Goiás (CORECON/GO) para as empresas que vão se inscrever no Produzir e projetos simplificados, em modelo padrão e não necessita de economista para os candidatos ao Microproduzir.

Para efetuar os pagamentos do recolhimento normal, os participantes do Produzir devem recolher 27% de ICMS para o Tesouro Nacional, 10% de antecipação sobre o valor mensal financiado de 73%. Os participantes do Microproduzir vão recolher 10% de ICMS e antecipação de 5% sobre o valor mensal financiado do ICMS utilizado de 90%. O pagamento da antecipação de ambos deverá ser realizado no ato da utilização.

As empresas terão doze meses de carência sobre o saldo devedor acumulado do ano e redução no pagamento através dos fatores de descontos, que podem chegar até 100%. Os juros são pagos mensalmente sobre o saldo das parcelas do ICMS financiado. Não existe incidência de correção monetária nos dois programas e algumas garantias são exigidas.

O agente financeiro dos programas é a Agência de Fomento de Goiás S/A, o que pode ser observado no Quadro 4.

Quadro 4 – Quadro Sintético do Produzir e Microproduzir

Condições	Produzir	Microproduzir	Observação
Enquadramento	Média e grande empresa e grupo econômico.	Micro e pequena empresa.	
Faturamento anual	Acima do limite fixado para enquadramento no Simples Nacional.	Até o limite fixado para enquadramento no Simples Nacional.	
Limite do ICMS financiável	Até 73%	Até 90%	

Condições	Produzir		Microproduzir		Observação
Prazos do financiamento	Prioridade		Prioridade		Anexo I (Produzir) e Anexo IV (Microproduzir) Dec. Nº 5.265/00 IV (Microproduzir) Dec. nº 5265/00
	7 anos	2	3 anos	2	
	15 anos	3 ou 4	5 anos	3 ou 4	
	Limitados à 2020				
Juros	0,2% a.m		0,2% a.m		Não capitalizáveis
Projetos	Exige projeto completo, com assinatura de economista regularizado no CORECON/GO 18ª região.		Projeto simplificado, em modelo padrão, não necessita economista.		Modelo de projeto disponível no site www.sic.goias.gov.br
Forma de Pagamento	Recolhimento normal	27% de ICMS no TARE para o Tesouro Estadual	10% de ICMS no TARE, em modelo padrão.		
	Antecipação	10% sobre o valor mensal do ICMS financiado de 73%.	5% sobre o valor mensal do ICMS utilizado de 90%.		Pagos no ato da utilização.
	ICMS	O saldo devedor acumulado do ano terá 12 meses de carência e será pago com redução através dos fatores de descontos, podendo atingir até 100%.			Fatores de desconto: contidos no Anexo II (Produzir) e anexo V (Microproduzir) Decreto n. 5265/00. Instruções para auditoria no site da SIC: www.sic.goias.gov.br
	Juros	Pagos mensalmente, sobre o saldo das parcelas do ICMS financiado.			
Correção monetária	Não há incidência de correção monetária.				
Garantias	1- Aval ou fiança dos sócios ou diretores 2- Seguro garantia 3- Garantia real 4- Fiança bancária		O agente financeiro escolherá uma ou mais destas garantias.		
Agente Financeiro	Agencia de Fomento de Goiás S/A.				

Fonte: SIC (2012)

De forma resumida, pode-se dizer que as diferentes condições oferecidas pelos programas Produzir e Microproduzir para que cada empresa se encaixe em um deles compõem: o enquadramento, faturamento anual, limite do ICMS financiável, prazos do financiamento, juros, projetos, forma de pagamento, correção monetárias, garantias e agente financeiro.

Segundo a SIC, são nove etapas para se pleitear o programa:

1. Entrada no Protocolo Geral da SIC do projeto de viabilidade econômico-financeira do empreendimento;
2. Análise do projeto pela Superintendência do Produzir;
3. Apreciação e deliberação do projeto pela Comissão Executiva do CD/Produzir;

4. Apresentação dos documentos para formalização do contrato de financiamento com o Agente Financeiro do Produzir;
5. Apresentação dos documentos para realização de auditoria de investimento referente à execução do projeto;
6. Apresentação de documentos para formalização do TARE junto à Secretaria da Fazenda;
7. Utilização da primeira parcela do financiamento;
8. Na época oportuna, a auditoria interna irá auditar projeto e calcular o valor do desconto do saldo devedor;
9. Quitação do saldo devedor do período auditado pela GOIÁS FOMENTO.

Para serem beneficiadas por meio dos programas de incentivo fiscal, as empresas necessitam atender as particularidades destes de acordo com seu ramo de atividade, além de cumprir algumas formalidades exigidas.

No que diz respeito à competitividade, de forma geral, pode-se dizer que o Fomentar, como um programa da década de 1980, se concentrou em estimular a incrementação e a implantação das indústrias para a promoção do desenvolvimento do Estado. Ou seja, não houve foco no estímulo à competitividade, pois a indústria goiana ainda era incipiente, buscando, assim, a estruturação de um parque industrial.

De acordo com a legislação do programa (Leis nº 9.489/1984 e nº 11.180/1990), os recursos deveriam ser destinados às atividades industriais, preferencialmente agroindustriais, o que tornou o programa estimulador de atividades específicas. Mas, ao mesmo tempo, não houve indicação de como proceder para utilizar os recursos. Foi um esforço de atração para utilização de recursos naturais locais e regionais, e não um esforço de estímulo às atividades industriais existentes, como também não se percebe estímulo específico à competitividade de atividades industriais existentes.

Quanto ao Produzir, quando se aborda o tema competitividade o Art. 2º da Lei nº 13.951/2000 que trata do objeto social e da forma de atuação do programa diz que este deve contribuir para a expansão, modernização e diversificação do setor industrial de Goiás, estimulando a realização de investimentos, a renovação tecnológica das estruturas produtivas e o aumento da competitividade estadual, com ênfase na geração de emprego e renda e na redução das desigualdades sociais e regionais. Assim, como o Fomentar, este programa

também está bastante voltado para o desenvolvimento de Goiás, não trazendo em sua essência ações com particularidades relacionadas à competitividade das empresas e sim voltadas para a competitividade estadual.

1.4.1.2 Resultados do Fomentar, Produzir e seus Subprogramas

De acordo com a Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento (Seplan), em 2010, foram aprovados 76 projetos com previsão de geração de 6.055 empregos diretos, investimentos fixos de R\$ 710 milhões e concessões de R\$ 4 bilhões. Em 2011, foram aprovados 74 projetos, com previsão de 6.182 novos empregos diretos, R\$ 2 bilhões de investimentos fixos e R\$ 8,8 bilhões de concessões. Já em 2012, foram 85 projetos aprovados, mais de R\$ 1,4 bi em investimentos fixos e R\$ 4,8 bi em benefícios. Isto é demonstrado na Tabela 1.

Tabela 2 – Tabela da Evolução dos Projetos Aprovados no Produzir/Fomentar (2000-2013) em Goiás

Ano	Número de Projetos	Empregos Diretos	Investimento Fixo (R\$)	Benefícios (R\$)
2000	10	478	52.377.799	180.623.920
2001	59	4.201	546.672.521	2.373.628.081
2002	83	5.283	652.165.054	4.211.624.933
2003	297	36.024	5.907.201.153	18.934.499.001
2004	217	14.625	1.831.542.697	14.135.228.484
2005	175	20.520	3.171.430.156	18.045.106.699
2006	148	21.543	5.755.673.310	25.683.164.900
2007	131	33.903	8.903.160.628	48.522.897.324
2008	114	23.186	7.754.482.499	36.597.822.650
2009	100	12.794	2.076.398.840	13.578.303.433
2010	76	6.055	710.551.266	4.919.167.213
2011	74	6.182	2.019.654.472	8.833.877.774
2012	85	6.667	1.394.546.718	4.776.727.391
2013*	100	8.820	1.044.186.664	6.679.940.025
Total	1.669	200.281	41.820.043.777	207.472.611.828

Fonte: SIC / Produzir, * até out/13.

Segundo dados da SIC, nos últimos treze anos foram aprovados mais de 1.600 projetos do Fomentar, Produzir e seus Subprogramas, gerando em torno mais de 200 mil empregos diretos. Para 2013, nos projetos aprovados até outubro, o número de novos empregos diretos já ultrapassa 2012, mas o total dos investimentos, apesar de significativo, será menor. Até o momento, se tem mais de R\$ 1 bi em investimentos fixos e R\$ 6,6 bi em benefícios concedidos.

Com o incentivo dos programas, houve uma mudança no perfil produtivo do Estado que antes era agrário passando a ser mais diversificado. No Gráfico abaixo, é possível perceber as previsões de investimentos por atividade. Nesta previsão é possível enxergar o interesse do Estado por estimular o setor de Mineração, posteriormente, o setor de produção automotiva, como pode ser observado no Gráfico 1.

Gráfico 1 – Percentual de Empresas com Revisão de investimentos, por atividade



Fonte: SIC / Censo Produzir (2012).
Elaboração: Instituto Mauro Borges/ Segplan-GO.

Com os incentivos, o agronegócio se desenvolveu em razão de uma maior necessidade do setor agroindustrial, tornando-se o principal colaborador da economia goiana. Destaca-se que Goiás, com o uso de atração por incentivos, recebeu indústrias do setor automotivo.

1.4.1.3 Resultados do Censo Fomentar, Produzir e seus Subprogramas

A SIC juntamente com o Instituto Mauro Borges realizaram em fevereiro de 2014 o Censo das empresas participantes do Fomentar, Produzir e Subprogramas. Os dados foram coletados até 31 de dezembro de 2012, podendo ser verificado que de um total de 459 empresas que estavam em fruição no período de coleta das informações, 456 responderam ao Censo.

Neste estudo, serão ressaltados somente alguns aspectos constantes no Censo, como o Faturamento e ICMS Recolhido, Emprego, Investimentos e Fatores de Atratividade.

1.4.1.4 Faturamento e ICMS Recolhido

Dados da pesquisa mostraram que o Produzir, juntamente com seus subprogramas, reúne o maior volume de faturamento (R\$ 32,2 bilhões e 51,3%) e arrecadação do ICMS (R\$ 592,1 milhões e 54,5%). Dentre os subprogramas do Produzir, destacam-se o Comexproduzir, Centroproduzir e o Progredir, que possuem grandes participações, tanto no volume de faturamento, quanto em ICMS recolhido, conforme mostrado na Tabela 2.

Tabela 3 – Número de Empresas Pesquisadas no Censo por Programa, Faturamento e ICMS Recolhido - 2012

Programa	Nº de Empresas	Faturamento Anual		ICMS recolhido	
		R\$	%	R\$	%
Produzir	344	32.245.746.877	51,3	592.111.438	54,5
Produzir	296	25.860.473.140	41,2	357.419.172	32,9
Comexproduzir	27	3.121.019.976	5,0	105.823.636	9,7
Progredir	2	1.818.685.956	2,9	59.409.002	5,5
Centroproduzir	3	1.150.812.545	1,8	60.630.957	5,6
Logproduzir	10	292.032.588	0,5	8.782.890	0,8
Microproduzir	6	2.722.672	0,0	45.781	0,0
Fomentar	112	30.565.086.614	48,7	494.475.642	45,5
Total geral	456	62.810.833.491	100,0	1.086.587.080	100,0

Fonte: SIC / Censo Produzir (2012).

Ao mapear as informações à cerca do local onde os dados empreendimentos que são favorecidos pelos programas Produzir e Fomentar percebe-se que as microrregiões de Anápolis (26,3%), Catalão (24,8%) e Goiânia (17,5%) reúnem 68,6% do faturamento das empresas que participavam. Com relação ao ICMS recolhido, o mesmo fator ocorre apenas à microrregião de Goiânia, assumindo a liderança, deste modo, ao participar com 30,8%. Estes fatores podem ser verificados na Tabela 3.

Tabela 4 – Faturamento e ICMS Recolhido por Microrregião - 2012

Microrregião	Faturamento Anual		ICMS recolhido	
	R\$	%	R\$	%
Anápolis	16.509.121.685	26,3	259.270.496	23,9
Catalão	15.567.652.759	24,8	190.835.710	17,6
Goiânia	10.991.660.194	17,5	334.545.498	30,8
Sudoeste de Goiás	5.159.411.116	8,2	106.827.902	9,8
Entorno de Brasília	4.302.758.138	6,9	37.578.315	3,5
Meia Ponte	3.822.009.618	6,1	44.938.481	4,1

Microrregião	Faturamento Anual		ICMS recolhido	
	R\$	%	R\$	%
Quirinópolis	1.847.398.336	2,9	14.127.472	1,3
Vale do Rio dos Bois	1.488.821.602	2,4	36.187.690	3,3
Ceres	1.194.334.419	1,9	33.833.247	3,1
Pires do Rio	691.750.785	1,1	3.712.698	0,3
Anicuns	632.187.157	1,0	9.467.101	0,9
Porangatu	449.470.593	0,7	14.045.830	1,3
Aragarças	87.925.190	0,1	803.214	0,1
Iporá	50.716.493	0,1	391.732	0,0
Vão do Paranã	15.615.406	0,0	21.695	0,0
Total geral	62.810.833.491	100,0	1.086.587.080	100,0

Fonte: SIC / Censo Produzir (2012).

É perceptível que mesmo com os programas de incentivo fiscal, o Estado ao financiar parte do ICMS, ainda retém uma receita considerada com o recolhimento do imposto, além de se colocar em lugar de destaque no ranking de desenvolvimento entre os demais estados brasileiros.

1.4.1.5 Empregos

Partindo do princípio que um dos principais fatores para receber os benefícios dos programas é a capacidade de gerar empregos, informações a cerca de empregabilidade foram verificadas com um maior teor de detalhamento.

Segundo informações levantadas pelo Censo Produzir/Fomentar (2012), no total, as empresas participantes dos programas acumulavam em 2012 mais de 108 mil pessoas empregadas de forma direta, sendo que 23% deste total eram preenchidos por mulheres.

Os programas de incentivo fiscal consideram a inclusão social como condição de desconto para pagar do saldo devedor. Essa característica se revela nos números do Censo, como pode ser observado na Tabela 4.

Tabela 5 – Número de Empregos, por Programa e Categorias, e Média Salarial - 2012

Programa	Mulheres	Empregos Diretos	Portadores de Necessidade	Primeiro Emprego	Maior de 50 anos	Estagiários	Curso Superior	Menos de 2 salários mínimos	Média salarial
Centroproduzir	152	800	10	113	64	4	97	525	1.253,17
Comexproduzir	52	153	2	4	4	2	47	84	1.905,59
Fomentar	11.533	49.357	865	7.136	4.557	331	4.301	30.421	1.465,03
Logproduzir	123	1.717	10	15	129	4	84	862	1.548,24
Microproduzir	24	119	-	-	5	-	10	86	1.205,86
Produzir	12.997	56.064	677	3.643	3.310	413	3.916	35.660	1.351,66
Progridir	66	334	5	-	3	1	2	320	1.700,00

Programa	Mulheres	Empregos Diretos	Portadores de Necessidade	Primeiro Emprego	Maior de 50 anos	Estagiários	Curso Superior	Menos de 2 salários mínimos	Média salarial
Total geral	24.947	108.544	1.569	10.911	8.072	755	8.457	67.958	1.415,57

Fonte: SIC / Censo Produzir (2012).

Dentre os programas de incentivos fiscais oferecidos pelo Governo de Goiás, o Fomentar e o Produzir se destacam no que tange ao número de empregos efetivos. Como pode ser observado na Tabela acima, as empresas participantes destes programas empregam juntas mais de 24 mil mulheres. Deve ser destacada a quantidade de portadores de necessidades empregadas, perfazendo um total de 865 no Fomentar e 677 no Produzir.

Outro fator a ressaltar é a importância de ambos para as pessoas que conseguiram seu primeiro emprego, ou ainda, estão trabalhando após os 50 anos, sendo mais de 10 mil indivíduos empregados pela primeira vez e mais de 07 mil cidadãos que podem continuar a trabalhar após os 50 anos de idade. Além da oportunidade oferecida para mais de 700 estagiários, essas empresas ainda propiciam mais de 08 mil empregos para pessoas que possuem curso superior.

Através dos benefícios recebidos, as empresas participantes dos programas aumentaram a oferta de empregos, elevando então o número de pessoas empregadas, gerando mais renda para a população e aquecendo também o setor comercial.

1.4.1.6 Investimentos

Informações a respeito de investimentos realizados no Estado e projetos pensados para os próximos cinco e dez anos foram verificados pelo Censo juntamente às empresas beneficiadas pelo Fomentar e Produzir. Sendo percebido que os investimentos realizados foram classificados em dois grupos: Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) e em ativos não circulantes.

1.4.1.7 Fatores de atratividade

O Censo do Produzir/Fomentar e subprogramas verificaram, junto às empresas, sobre o que difere o estado como forma de atração e oportunidades de investimentos para chamar a atenção das empresas. Os fatores mais citados de acordo com o Censo foram: matéria-prima

disponível, localização central de Goiás, mão de obra de fácil acesso e de custo baixo e alcançando o topo dos mais citados, o benefício fiscal, justificando sua existência como política de atração de empresas.

2. SÃO LUÍS DE MONTES BELOS

2.1 História

A área de estudo desta dissertação compreende o município de São Luís de Montes Belos, que segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) originou em 1857 de uma fazenda de mesmo nome, que na época pertencia ao município de Goiás. Neste mesmo ano, foi determinada pelo Governo a construção de uma estrada que cortaria o local, fazendo a ligação da parte central do Estado de Goiás com o sudeste goiano e ao Estado do Mato Grosso. Seu nome está associado com as serras com picos muito finos, de montes cobertos por deslumbrante vegetação na entrada da cidade e também com o dia de São Luís.

Anteriormente, era conhecida por Barreirinho, nome de um dos córregos que banhava a região. A partir de terras doadas e outras adquiridas, iniciou-se a cidade. Em 1948, tornou-se distrito do município da cidade de Goiás, por meio da lei municipal nº. 19, de 04/10/1948, passando a município por força da Lei Estadual nº. 805, de 12/10/1953.

A cidade cresceu e desenvolveu-se do período em que fora emancipado até os dias atuais. Segundo dados do IBGE, no ano de 2010, sua população estimada era de 30.034, passando para 32.491 no ano de 2015.

2.2 Dados Socioeconômicos

Pertencente à microrregião de Anicuns, o município está a uma distância aproximada de 120 km de Goiânia, a capital do Estado.

Um estudo realizado pelo Instituto Mauro Borges de Estatística e Estudos Socioeconômicos juntamente com a Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento, em junho de 2012, levantou informações a cerca do perfil e potencialidades dos municípios goianos. Neste estudo, para se obter as informações pretendidas, foi escolhido à estatística do Produto Interno Bruto (PIB) municipal como base para caracterização dos municípios economicamente, e assim, posteriormente inserir outras informações sobre estrutura produtiva e potencialidades.

Como resultado ao que se refere o município, pôde ser observado que com base no PIB de 2009, ano utilizado como base da pesquisa, São Luís de Montes Belos foi classificado

como de porte econômico médio. Ou seja, sua produção econômica se encaixava entre a média dos municípios brasileiros, e no que se refere ao dinamismo, foi classificado como estagnado, conforme pode ser observado no Quadro 5.

Quadro 5 – Vocação e potencialidades dos municípios com economia de médio porte – estagnada (24 municípios)

Municípios	Produção principal da Agropecuária no município e posição de destaque no ranking estadual (2010)	Principais atividades industriais no município e posição de destaque no ranking estadual	Potencial Turístico no município	Sede ou participante de Arranjo produtivo Local Articulado ou em Articulação
Acreúna	Soja e cana de açúcar	Indústria alimentícia (processamento de grãos), indústria têxtil		
Bom Jesus de Goiás	Soja, milho, cana de açúcar (5°), e sorgo (4°)	Produção de água mineral (4°)		
Cachoeira Alta	Cana de açúcar; borracha; criação de bovinos, vacas leiteiras, suínos (6°); produção de leite	Indústria de laticínios; extração mineral (areia e argila)		
Cachoeira Dourada	Cana de açúcar	Geração de energia, extração de argila (9°)	Ecoturismo, turismo rural, praia, esportes náuticos, pesca e águas quentes	
Cezarina	Criação de bovinos, vacas leiteiras e suínos; produção de leite	Fabricação de cimento, extração de calcário (1°) e argila, indústria alimentícia		
Goianira	Criação de suínos, aves; produção de ovos; laranja, mamão, tangerina, limão (5°), mamão e coco da baía (4°)	Construção civil, indústria de metalurgia, fabricação de móveis, frigorífico; produção de água mineral (6°)		Aquicultura da Grande Goiânia; Calçados de Goiânia e Goianira
Goiás	Criação de bovinos, vacas leiteiras, suínos, aves; produção de leite e mel; arroz (7°), banana, laranja; produção de madeira em tora	Extração de calcário e areia, indústria de confecção e acessórios	Ecoturismo, aventura, mirante, cachoeira, parques, sítios arqueológicos, turismo rural e religioso, Patrimônio	Sede do APL Apicultura da Serra Dourada

	(6°)		Histórico da Humanidade	
Itapirapuã	Criação de bovinos, vacas leiteiras; produção de leite e mel	Confecção de artigos do vestuário e acessórios		Apicultura da Serra Dourada; Carne da Região de Jussara
Itapuranga	Criação de bovinos, vacas leiteiras, aves, suínos; produção de leite, ovos e mel; cana de açúcar, melancia (3°), mamão (4°) e maracujá (5°)	Indústria sucroenergética, confecção de artigos do vestuário e acessórios, fabricação de cerâmica vermelha		Sede do APL Móveis de Itapuranga; Apicultura da Serra Dourada; e Florestal do Vale São Patricio
Itarumã	Criação de bovinos; produção de cana de açúcar; produção de madeira em tora			
Joviânia	Soja e tomate			
Jussara	Criação de bovinos (5°); produção de feijão (8°) e abacaxi	Confecção de artigos do vestuário e acessórios		Sede do APL Carne da Microrregião de Jussara; e Apicultura da Serra Dourada
Mara Rosa	Criação de bovinos, produção de açafrão (1°)	Fabricação de produtos cerâmicos, indústria de laticínios; argila (6°)	Ecoturismo, sítios arqueológicos e pesca	Sede do APL Açafrão de Mara Rosa; Apicultura e Cerâmica do Norte
Maurilândia	Cana de açúcar			
Montividiu	Suínos (4°), soja (5°), cana de açúcar, feijão, milho (5°), algodão (4°), sorgo (7°)	Indústria sucroenergética		
Paraúna	Criação de bovinos; produção de uva (2°), soja (9°), milho, café (8°), produção de lenha	Indústria sucroenergética	Ecoturismo, aventura, mirante cachoeira, gruta e turismo rural	Lácteo da Região de São Luís de Montes Belos; Vitivinicultura de Santa Helena
Perolândia	Soja, milho (7°), algodão (3°), sorgo (8°)	Indústria sucroenergética		
Pontalina	Criação de bovinos, produção de leite, mel (6°); melancia, tomate	Confecção de artigos do vestuário e acessórios, indústria de laticínios		
Porangatu	Criação de bovinos (6°), vacas leiteiras, produção de mel (2°),	Indústria de curtimento e preparação do couro, laticínios, produtos cerâmicos e confecção	Ecoturismo, mirante, turismo rural, esportes náuticos e praia	Sede dos APLs Apicultura e Lácteo do Norte; Cerâmica Vermelha do Norte

	melancia, arroz e mandioca (3°)	de artigos do vestuário e acessórios		
Santa Helena de Goiás	Criação de suínos; produção de soja, cana de açúcar (2°), sorgo (2°), banana (4°), uva (1°)	Indústria sucroenergética, indústria de laticínios, confecção de artigos do vestuário e acessórios		Sede do APL Vitivinicultura de Santa Helena
São Luís de Montes Belos	Criação de bovinos, vacas leiteiras, suínos, aves; produção de leite e mel; arroz (7°), banana e laranja	Indústria de laticínios, preparação do couro e fabricação de artefatos de couro, extração de vermiculita	Cachoeira	Sede do APL Lácteo da Região de São Luís de Montes Belos
São Miguel do Araguaia	Criação de bovinos (2°), vacas leiteiras (10°); produção de mel (9°); arroz (2°)		Ecoturismo, aventura, turismo, rural, esportes náuticos, praia, parques e pesca	Cerâmica Vermelha do Norte; Lácteo do Norte
Turvelândia	Cana de açúcar, soja; criação de suínos	Indústria sucroenergética		
Vianópolis	Soja, produção de mel (4°); produção de lenha	Fabricação de produtos cerâmicos, conservas alimentícia		Apicultura e Lácteo da Estrada de Ferro

Fonte: IBGE/Segplan-GO/IMB.

Elaboração: Segplan – GO/IMB (2012).

Neste Quadro, pode ser observado que a produção principal da agropecuária no município era a criação de bovinos, vacas leiteiras, suínos, aves, produção de leite e mel, arroz, banana e laranja. Sua principal atividade industrial é a de laticínios, preparação de couros e fabricação de artefatos de couro e extração de vermiculita.

O potencial turístico do município está em suas cachoeiras, sendo São Luís de Montes Belos também sede do APL Lácteo da região.

Pode ser percebido que as atividades industriais estão ligadas diretamente com as principais produções agropecuárias.

Os incentivos fiscais oferecidos pelo Governo para que as empresas possam se instalar ou se reestruturar, tem grande importância no crescimento das cidades.

A arrecadação referente às indústrias entre os anos 2009 e 2014 tiveram uma baixa em função dos benefícios concedidos às empresas.

Ressalta-se que um dos fatores determinantes para analisar o desenvolvimento de uma região é o número de pessoas que ela emprega. São Luís de Montes Belos, nos últimos anos,

tem aumento à oferta de empregos, em virtude da instalação de empreendimentos industriais e o crescimento do setor de serviços têm contribuído para o desenvolvimento da cidade com a geração de novos empregos e aumento de renda, conforme pode ser observado na Tabela nº 5.

Tabela 6 – Dados Socioeconômicos de São Luís de Montes Belos (2009-2014)

São Luís de Montes Belos	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Arrecadação do ICMS - Indústria (R\$ MIL)	8.179	9.887	6.341	7.083	5.633	4.928
Empregados – Total (Número)	5.149	5.377	5.349	5.06	5.340	5.409
Rendimento Médio R\$/Mês	833,51	959,42	1.120,75	1.289,90	1.295,93	1.377,87

Fonte: <http://www.imb.go.gov.br/> (2016).

As principais indústrias instaladas no município são: Shalon Suturas e Fios Cirúrgicos, Laticínios Magnata, Fosbel Nutrição Animal, Refrigerantes Spool, Brasil Minérios, Hering, Laticínios Montes Belos Eireli e JBS S.A (industrialização de couro bovino), sendo as duas últimas o objeto desta pesquisa.

3. METODOLOGIA

Pretendeu-se por meio do presente estudo demonstrar a partir de fundamentações e procedimentos as contribuições dos programas de incentivo fiscal Fomentar e Produzir para empresas escolhidas para este trabalho. A partir daí, verificar a relevância dos programas para o desenvolvimento das empresas bem como para o do município.

3.1 Caracterização da pesquisa

A metodologia adotada neste estudo é composta por uma pesquisa bibliográfica, que é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicados em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, ou seja, material acessível a todos. Esse material pode ser fonte primária ou secundária. Na busca de informações para elaboração do presente estudo, a pesquisa bibliográfica é indispensável, objetivando recolher informações e conhecimentos relacionados ao assunto a ser explorado. De acordo com Cooper e Schindler (2003), a pesquisa bibliográfica consolida a fundamentação teórico metodológica do trabalho.

Posteriormente, adotou-se o estudo de caso, tendo em vista que se objetivou investigar as contribuições dos programas de incentivo fiscal nas empresas. Yin (2010), afirma que:

[...] questões do tipo “como e porque são mais explanatórias e é provável que leve ao uso de estudos de casos, pesquisa históricas e experimentos como estratégia de pesquisa escolhidas. [...] tais questões lidam com ligações operacionais que necessitam ser traçadas ao longo do tempo, em vez de serem encaradas como mera repetições ou incidências (YIN, 2010, p. 31).

O estudo de caso é uma investigação aprofundada de uma experiência empírica de um fenômeno contemporâneo, em que divergem fenômeno e contexto no qual estão inseridos, sendo necessário utilizar fontes de evidências através de observação direta e série sistemática de entrevistas.

Este estudo é, portanto, uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos (YIN, 2010).

Ainda de acordo com Yin (2010):

[...] a investigação de estudo de caso enfrenta uma situação tecnicamente única em que haverá muito mais variáveis de interesse do que pontos de dados, e, como

resultado, se baseia em fontes de evidências, com os dados precisando convergir em um formato de triângulo, e, como outro resultado, se beneficia do desenvolvimento prévio de proposições teóricas para conduzir a coleta e análise de dados (YIN, 2010, p. 39).

O presente estudo é do ponto de vista de sua natureza uma pesquisa qualitativa, haja vista que se estabelece um contraste entre o mundo real e o sujeito, sendo esta uma relação dinâmica. Sendo que a pesquisa qualitativa não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas, o ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É uma pesquisa descritiva, onde os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente.

Quanto aos objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratória, pois visa adquirir maior conhecimento sobre o problema no sentido de torná-lo explícito e/ou construir hipóteses. Quanto aos procedimentos técnicos, como um estudo comparativo de casos, este pretende estudar profundamente a realidade de mais de uma empresa e estabelecer comparações entre ambas (MORESI, 2003). O enfoque comparativo enriquece a pesquisa qualitativa (TRIVIÑOS, 1992).

3.2 Delineamento da pesquisa

Os projetos de pesquisa de caso são sequenciais partindo de uma investigação no processo de coleta de dados com questões a serem respondidas, análise e interpretações das observações. “Cada tipo de pesquisa empírica tem um projeto de pesquisa implícito, se não explícito, sendo este a sequência lógica que conecta os dados empíricos às questões de pesquisas iniciais do estudo e suas conclusões” (YIN, 2010, p. 48).

Os autores Philliber, Schwab e Samsloss (1980 *apud* YIN, 2010) afirmam ainda que o delineamento da pesquisa pode ser entendido como um mapa para a pesquisa, que trata, ao menos de quatro problemas, que são: quais questões estudar, quais dados são relevantes, quais dados coletar e como analisar os resultados.

De acordo com Yin (2010), para os estudos de caso, cinco componentes são especialmente importantes:

- As questões de estudo;
- As proposições;
- As unidades de análise;
- A lógica que une os dados às proposições;

- Os critérios de interpretação das constatações.

3.2.1 Questões de estudo

A questão principal que originou o processo de investigação do presente estudo é: Qual a contribuição dos programas Fomentar e Produzir para o estímulo à competitividade em duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás?

3.2.2 Proposições e componentes da pesquisa

Segundo Yin (2010, p. 50), “cada proposição dirige a atenção para algo que deve ser examinado dentro do escopo do estudo”.

O estabelecimento das proposições neste estudo foi determinado como base em análises já realizadas sobre programas de incentivo fiscal existentes em indústrias. Buscando-se inicialmente a fundamentação teórica sobre a literatura de incentivos fiscais e, posteriormente, nos estudos realizados a cerca das contribuições destes incentivos. Com base na literatura pesquisada, foi possível perceber que a participação nos programas de incentivo fiscal é significativa, sendo este fator analisado em quase todos os estudos realizados.

Deste modo, as proposições teóricas foram estabelecidas com o objetivo de investigar os seguintes pontos: detectar o perfil das empresas que participam dos programas de incentivo fiscal, verificar a existência de algum ponto negativo em relação à adesão do programa e, por fim, relatar os benefícios alcançados com os programas.

3.2.3 Unidades de análise e tipo de estudo de caso

Para Yin (2010), a pesquisa do estudo de caso inclui tanto estudos de caso único quanto de “casos múltiplos”, sendo este último também conhecido como “método de caso comparativo”.

O estudo em questão aborda o método de estudo de caso comparativo buscando investigar a realidade de duas pequenas empresas no setor industrial no município de São Luís de Montes Belos – Goiás quanto às contribuições advindas dos programas de incentivo fiscal Fomentar e Produzir.

3.2.4 Técnica de coletas e análise dos dados

De acordo com Silva e Menezes (2000), definir o instrumento de coleta de dados dependerá dos objetivos esperados com a pesquisa e do universo a ser investigado. Nesta perspectiva, a investigação será realizada em duas empresas que atuam no setor industrial no município de São Luís de Montes Belos – GO.

Os casos apresentados neste estudo foram previamente selecionados levando em consideração a disponibilidade das empresas em participar do estudo. As escolhas desses empreendimentos seguirão o método de seleção não probabilística por conveniência, uma vez que esta forma de amostragem atende uma abordagem subjetiva de pesquisa e possibilita ao autor maior liberdade de escolha dos casos a serem estudados (COOPER e SCHINDLER, 2003). Assim, os casos foram previamente selecionados levando em consideração a disponibilização das empresas em participar do estudo. Além disso, percebe-se que as duas empresas que serão analisadas estão diretamente relacionadas às especialidades locais, conforme Quadro 05 (pág. 48 a 50). Trata-se de uma empresa de produção de lácteos e outra de produtos de industrialização de couro bovino.

A coleta de dados ocorreu mediante observação livre e entrevista através de um roteiro pré-definido originado da revisão bibliográfica com os dirigentes das empresas selecionadas, o que possibilitou a interação entre o pesquisador e o objeto de pesquisa. Vale ressaltar as dificuldades encontradas para elaboração do roteiro de estudo, exigindo novas consulta a literatura pré-definida, colaborando com o pensamento de Yin (2010), quando afirma ser a revisão da literatura não uma finalidade em si, mas um meio para se atingir a finalidade. O mesmo autor salienta que o desenvolvimento de mais objetivas e perspicazes por parte de pesquisadores mais experientes está baseado em análise de pesquisas anteriores.

É importante observar que em um processo de pesquisa qualitativa não se admite pontos de vista isolados, parciais e estanques. Ela se desenvolve em interação dinâmica, retroalimentando-se, reformulando-se constantemente, de maneira que, por exemplo, a coleta de dados de um momento deixa de ser tal e confunde-se com a análise dos dados, tornando-se um veículo para nova busca de informações. As ideias expressas em uma entrevista, imediatamente analisadas e interpretadas, podem suscitar novas entrevistas com outras pessoas ou a mesma, para aprofundar o assunto que envolve os objetivos principais do estudo. (TRIVIÑOS, 1992).

Desse modo, com base na observação direta, no contato com as empresas durante as visitas para a realização da entrevista, foi possível observar os aspectos relacionados à funcionalidade dos programas de incentivos fiscais, os benéficos que trazem para as empresas, entre outros. O uso de várias fontes de evidências atende aos princípios para a coleta de dados estabelecidos pela estratégia de pesquisa de estudo de caso, que segundo Yin (2010):

O uso de múltiplas fontes de evidências nos estudos de caso permite que o pesquisador dedique-se a uma ampla diversidade de questões históricas, comportamentais e de atitudes. A vantagem mais importante, no entanto, é o desenvolvimento de linhas convergentes de investigação, um processo de triangulação (YIN, 2010, p. 143).

Yin (2010, p. 143) ainda afirma que, se a coleta dos dados do estudo de caso for baseada em várias e distintas fontes de informação, seguindo um estilo corroborativo de pesquisa, “[...] qualquer descoberta ou conclusão em um estudo de caso provavelmente será muito mais convincente e acurada [...]”. A oportunidade de utilização de muitas fontes de evidências é um ponto forte e muito importante da coleta de dados de um estudo de caso, pois possibilita a triangulação de fontes de dados ou triangulação de dados, conforme o referido autor. Yin (2010, p. 143) ainda afirma que com a triangulação o pesquisador “[...] também pode se dedicar ao problema em potencial de *validade do constructo*, uma vez que várias fontes de evidências fornecem essencialmente várias avaliações do mesmo fenômeno”.

3.2.5 O roteiro para entrevista e análise dos resultados

Para o levantamento dos dados durante a entrevista, foi elaborado um roteiro de entrevista (Apêndice A), com base na literatura apresentada.

O roteiro para a entrevista foi dividido em sete eixos principais, onde no primeiro buscou-se identificar a empresa e seu capital humanos, no segundo trouxe fatores relacionados ao uso de incentivos fiscais, no terceiro apresentou-se a caracterização da empresa, no quarto identificou-se o destino da produção/relacionamento com clientes, no quinto o custo da produção, no sexto verificou-se a relação empresa x responsabilidade social, e, por último, o uso de tecnologia de informação e de comunicação.

Após a coleta de dados, os mesmos foram analisados de maneira comparativa, o que possibilitou a autora perceber os pontos mais relevantes a cerca da utilização de incentivos fiscais nas empresas estudadas, tanto os fatores favoráveis quanto os desfavoráveis dessa

utilização.

Triviños (1992) diz que para obter-se valor científico, os resultados da pesquisa precisam grupar algumas características, assim como: coerência, consistência, originalidade e objetivação, por um lado, as quais constituem os aspectos do critério interno da verdade e por outro, a intersubjetividade, o critério externo. Desta forma, os dados adquiridos com a pesquisa foram tratados e analisados de modo qualitativo.

Segundo Triviños (1992), a pesquisa qualitativa se desenvolve em uma ação dinâmica, sendo reformulada constantemente, onde não se admite pontos de vista ermo, incompleto e estagnado. Ele ainda afirma que a análise interpretativa deve-se apoiar em três aspectos fundamentais: os resultados alcançados no estudo, na fundamentação teórica e na experiência pessoal do pesquisador.

4. DESCRIÇÃO DAS EMPRESAS, APRESENTAÇÃO DOS DADOS COLETADOS E ANÁLISE COMPARATIVA DAS EMPRESAS PESQUISADAS

Neste capítulo serão apresentadas as empresas participantes do estudo e os resultados alcançados após as observações e entrevistas.

4.1 Descrição das empresas pesquisadas

Empresa A

A empresa A – JBS S.A. – surgiu da oportunidade de negócios no setor de indústrias. Atua com curtimento de couro há 20 anos, localizada na zona rural do município de São Luis de Montes Belos, anteriormente chamada Bracol, foi adquirida pelo grupo JBS em 2009, empresa de capital aberto e conta atualmente com um quadro de 250 funcionários. A mesma faz parte de uma das 26 unidades fabris localizada em quatro continentes. A produção desta unidade se baseia no processamento de couro *wet blue*, ou seja, o couro passa por um processo inicial de curtimento para depois receber o acabamento com outras cores e texturas. A Figura 3 mostra o processo de tratamento do couro.

Figura 3– Empresa JBS Couros



Fonte: Acervo da autora (2015).

A figura 4 mostra a placa do programa Fomentar que fica fixada dentro do pátio da empresa.

Figura 4 – Empresa JBS Couros – integrante do programa Fomentar



Fonte: Acervo da autora (2015).

A escolha desta empresa como objeto de estudo se deu em virtude da mesma possuir o programa de incentivo fiscal Fomentar, estar instalada na região há 20 anos, contribuindo para o desenvolvimento o município por meio do grande número de pessoas que emprega e, também, por sua contribuição para o comércio local e de toda região. Como pode ser observado na Figura 4.

Empresa B

A empresa B – Laticínios Montes Belos Eireli – trabalha com produção de derivados de leite na região de São Luís de Montes Belos e cidades vizinhas. Está no mercado há 25 anos, quando seu atual e único proprietário juntamente com outros dois até então sócios, os quais trabalhavam juntos inicialmente como ajudantes em transportadoras leiteiras e posteriormente ao adquirirem caminhões começaram a transportar leite da região para outros laticínios da cidade, trabalhando de forma independente, perceberam em 1991 a necessidade de mudanças e decidiram trocar o seguimento de transporte de leite e implantou o Laticínio Montes Belos, uma indústria para produzir derivados de leite, na época uma empresa de sociedade Ltda.

À medida que se passaram os anos um dos sócios adquiriu as cotas dos dois outros

sócios, tornando-se proprietário único do negócio, o qual hoje é registrada como Laticínio Montes Belos Eireli. Atualmente, gera cerca de 90 empregos. Na Figura 5 pode ser observada a entrada da empresa juntamente com a placa do Produzir.

Figura 5 – Empresa Laticínios Montes Belos Eireli



Fonte: Acervo da autora (2015).

A adoção dessa empresa para este estudo propiciará conhecer melhor os benefícios que esta tem gerado para a região, uma vez que ela em todos esses anos de operação vem contribuindo de várias formas para o desenvolvimento do município através da geração de emprego e renda.

Outro ponto que influenciou na escolha destas duas empresas como objeto de estudo foi o acesso às informações, pois das várias empresas do município que possuem algum tipo de incentivo fiscal, algumas não quiseram participar da pesquisa ou eram de difícil acesso.

4.2 Apresentação dos dados coletados

De acordo com o questionário, serão apresentadas as respostas levantadas para as duas empresas pesquisadas. Após a apresentação das respostas, será realizada uma relação entre as respostas apresentadas e os elementos teóricos elencados.

4.2.1 Empresa A

Os dados coletados da empresa A objetivaram analisar os aspectos em relação ao uso de incentivos fiscais para a competitividade e desenvolvimento da empresa, sendo estes itens extraídos através da realização de entrevista com o gerente de planta *Wet Blue* e a gerente de Recursos Humanos da unidade pesquisada, tendo como objetivo validar as respostas obtidas.

A primeira parte da entrevista serviu para trazer uma identificação da empresa e de seu capital humano, e obtiveram-se as seguintes informações: A empresa A está registrada como JBS S.A. e com base na classificação do Cadastro Nacional de Atividades, foi possível identificar que se trata de uma empresa de pequeno porte.

Entretanto, em entrevista, a empresa A respondeu que o porte é grande. Foi respondido que a empresa que está a 20 anos instalada no município e que desde o fim do seu primeiro ano de funcionamento aumentou consideravelmente seu número de funcionários, o que antes era de 80 passou para 250. Deste quadro, em sua maioria são homens, perfazendo um total de 202 e em menor quantidade estão às mulheres, sendo somente 48, todos residentes no município de São Luís de Montes Belos – Goiás.

Constatou-se através da entrevista que existe um alto índice de pessoas com pouca qualificação, das quais 0,8% são analfabetos, 44,20% pessoas que concluíram somente o ensino fundamental, 38% fizeram o ensino médio, 12% possuem um curso superior e apenas 5% fizeram especialização.

O que pode ser justificado em função do trabalho realizado na empresa não exigir muito conhecimento intelectual e, sim, técnicas, que podem ser aprendidas com treinamentos específicos para cada função executada pelo funcionário. Assim, anualmente é realizado o levantamento de necessidade de treinamento e mensalmente os mesmos são aplicados aos colaboradores de acordo com suas necessidades, atendendo as normas regulamentadoras (NR's) e procedimentos internos.

A empresa JBS S.A. realiza algumas ações com fito de motivar seus colaboradores para que estes possam aumentar sua produtividade, tornando a empresa mais competitiva. No projeto “Beleza Sem Falta”, além da cesta básica mensal que o colaborador recebe, a cada dois meses recebe também um kit contendo produtos de limpeza. O projeto “Prêmio Produtividade Com Qualidade” estimula o funcionário a produzir com qualidade, sem danificar a matéria prima. É realizado também pesquisa de clima/satisfação dos funcionários, o que aponta busca por participação e compartilhamento dos pensamentos dos funcionários.

A avaliação de desempenho na unidade de São Luis de Montes Belos – Goiás é

aplicada somente aos cargos de liderança (supervisores, gerente e coordenador).

A empresa possui visão e missão, as quais são divulgadas aos funcionários da mesma forma que são propagados os objetivos e/ou estratégias, facilitando a adaptação as mudanças que ocorrem tanto no cenário interno quanto ao externo da empresa.

Na segunda etapa da entrevista, foram feitas indagações à cerca do uso de incentivos fiscais e constatou-se que a empresa é adepta do programa de incentivo fiscal Fomentar desde sua abertura em 1996. A mesma buscou o programa como meio de obter redução de custos e oportunidades de desenvolvimento junto ao Estado.

Para os entrevistados, o incentivo fiscal permitiu estímulo à competitividade, possibilitando a criação de investimentos em seu parque industrial e desenvolvimento de artigos com maior qualidade, além de oportunidades de criar novos empregos, trazendo divisas para o Estado. Ainda segundo os entrevistados, não há pontos negativos a serem levados em consideração em relação à participação do programa, e que o mesmo trouxe abertura de uma nova unidade para o grupo, aumentando o volume de faturamento e, assim, permitindo que o resultado positivo possa sempre acompanhar o desenvolvimento tecnológico.

Quando questionados sobre de que forma o incentivo fiscal acessado contribuiu para o desenvolvimento da região de São Luis Montes Belos – Goiás, foi possível verificar que houve uma maior geração de oportunidades de empregos e receita de impostos, de acordo com a política governamental.

A caracterização da empresa foi tema da terceira etapa da entrevista, onde os entrevistados disseram que a principal matéria-prima utilizada na empresa é o couro bovino, com produção diária de até 3.200 unidades e seu único produto é o couro *Wet Blue*. Há um grande investimento em equipamentos, dos quais 70% são nacionais e 30% importados.

Não é realizado lançamento de novos produtos, uma vez que a unidade de São Luís de Montes Belos – Goiás somente prepara o couro para as unidades acabadoras, que dão destinação ao mercado.

A quarta parte da entrevista serviu para trazer informações sobre o destino da produção e relacionamento com clientes, e os entrevistados disseram que os produtos tratados na unidade de São Luís de Montes Belos são distribuídos em grande parte para a região sudeste, para as unidades de Lins – SP e Uberlândia – MG, somando o total de 50%. Outra parte da produção vai pra a unidade de Itumbiara – GO, sendo 20% da produção e o restante vai para a região nordeste, unidade de Cascavel – CE, com 10%.

Após receberem o tratamento final, os produtos são destinados à Itália, Uruguai e China, atendendo a demanda do mercado automotivo e moveleiro. Entretanto, esse processo só é realizado nas outras unidades da empresa.

Foi verificado que a empresa não encontra dificuldades para comercializar seus produtos, que os principais clientes finais são empresas privadas e existe competitividade entre empresas do mesmo ramo. Mas, como forma de manter-se competitiva, a empresa realiza pesquisas sobre necessidades dos clientes e se diferencia no mercado por meio da qualidade de seu produto.

Na quinta parte, foram realizadas perguntas sobre o custo da produção, e as respostas obtidas foram que como forma de manter um controle sobre o custo da produção, a empresa utiliza programas e planilhas pré-elaboradas na estrutura de formação do custo do produto, além de acompanhar os preços do produto no mercado e planejar o fornecimento da matéria-prima.

O fator empresa versus responsabilidade social foi à penúltima etapa da entrevista, e foi respondido que a empresa possui o programa social Educação de Jovens e Adultos (EJA), projeto oferecido pela empresa desde 1998, onde a gestão da unidade organiza e oferece cursos de ensino médio para seus colaboradores e alguns interessados da comunidade, os quais são indicados pelos funcionários, assim quase sempre os colaboradores estudam juntamente com pessoas da sua família. As salas de aula possuem obrigatoriamente 20 alunos. O projeto é desenvolvido em parceria com a prefeitura municipal e utiliza material de apoio fornecido pelo Serviço Social da Indústria (SESI) de Goiás. O curso tem prazo de conclusão de dois anos e contém disciplinas do ensino regular, para participar os interessados fazem uma prova de classificação para análise do grau de instrução e, posteriormente, é feito o ingresso às aulas.

Quando se trata de meio ambiente, os entrevistados disseram que a empresa faz coleta seletiva, a qual possui em seu grupo de empresas, uma unidade de negócio instalada no Brasil, a chamada JBS Ambiental, a qual oferece soluções de gerenciamento de resíduos sólidos, tratando e destinando adequadamente os produtos recicláveis, não recicláveis e perigosos, garantindo a certificação dos descartes. Os materiais pós-indústrias e pós-consumo são processados por meio de equipamentos modernos que mantêm as características dos insumos próximas das originais. A unidade processa tanto materiais de suas unidades espalhadas pelo Brasil (a unidade de São Luís de Montes Belos envia seu material para lá para

ser processado) como de terceiros. Visando contribuir ainda mais para preservação do planeta e para o bem estar das comunidades onde a JBS está instalada, a empresa está instalando o centro de reciclagem em todas suas unidades no Brasil, assim logo a unidade de São Luís de Montes Belos está processando seu próprio material.

A empresa possui também projetos sócio-ambientais que visam redução da emissão de gases de efeito estufa, redução do consumo de água e energia, além de ter a política de cumprir com a legislação ambiental.

E, por fim, os entrevistados foram indagados sobre tecnologia de informação e de comunicação (TIC) e mediante as respostas foi possível verificar que a empresa A é adepta a TIC para divulgar sua marca e seus produtos por meio de internet, e-mail, comerciais, revistas e vários outros. Para disseminar informações entre os colaboradores, utilizam comunicação interna por meio de intranet, e-mail.

4.2.2 Empresa B

Os dados coletados da empresa B objetivaram analisar os aspectos em relação ao uso de incentivos fiscais para a competitividade e desenvolvimento da empresa, foram extraídos através da realização de entrevista com a gerente do departamento Financeiro/Contábil e gerente de Controle de Qualidade da unidade pesquisada com o objetivo de validar as respostas obtidas. As perguntas feitas para a empresa B foram às mesmas direcionadas para a empresa A, como se segue:

Primeiramente, foram realizadas perguntas com o objetivo de fazer a identificação da empresa e conhecer seu capital humano e com base nas respostas e avaliação *in-loco*, foi possível identificar que se trata de uma empresa de pequeno porte. A mesma está registrada com o nome de Laticínios Montes Belos Eireli, instalada no município há 25 anos e desde o fim do seu primeiro ano de funcionamento aumentou consideravelmente seu número de funcionários, o que antes era de 06 passou para 90, dos quais em sua maioria são homens e todos residentes no município de São Luís de Montes Belos – Goiás.

Pôde ser observado que existe um alto índice de pessoas com pouca qualificação. As mais qualificadas se encontram em cargos administrativos, não sendo possível verificar de forma mais detalhada como é essa distribuição. O que pode ser justificado em função do trabalho realizado na empresa não exigir muito conhecimento intelectual e, sim, técnicas, que

podem ser aprendidas com treinamentos específicos para cada função executada pelo funcionário. A empresa realiza mensalmente treinamento para seus funcionários.

A empresa no momento não possui nenhum projeto ativo que motive seus colaboradores a melhorarem sua produtividade, tornando-a mais competitiva. No entanto, possui em fase de implantação um projeto de doação de cesta básica para os colaboradores.

Não é realizada pesquisa de clima/satisfação dos funcionários, e nem avaliação de desempenho. A empresa também não possui visão e missão, mas são divulgados os objetivos e/ou estratégias da empresa.

Tanto a empresa como seus funcionários possuem fácil adaptação às mudanças que ocorrem tanto no cenário interno quanto ao externo da empresa.

Na segunda parte da entrevista, foram feitas perguntas à cerca do uso de incentivos fiscais, assim, foi possível constatar que a empresa é adepta do programa de incentivo fiscal Produzir, não sendo possível saber com maior precisão há quanto tempo. Mas segundo as entrevistadas, isso acontece há bastante tempo, coisa de mais de dez anos. A mesma buscou o programa como meio de obter redução de custos.

Para as entrevistadas, o incentivo fiscal permitiu estímulo à competitividade, pois trouxe redução de custos tributários e oportunidades de crescimento da empresa. Mas eles consideram que sua participação no programa acarretou submissão ao Estado, o que é considerado pelos entrevistados como ponto negativo do Produzir.

Quando indagadas sobre de que forma o incentivo fiscal acessado contribuiu para o desenvolvimento da região de São Luís Montes Belos – Goiás, foi possível verificar que houve uma maior geração de oportunidades de empregos.

Na terceira etapa, a caracterização da empresa foi o tema da entrevista, obtendo-se as seguintes respostas: A principal matéria-prima utilizada na empresa é o leite, com processamento diário de até 100 mil litros deste produto utilizados na fabricação de vários produtos, sendo 50% da produção de queijo mussarela, 30% de queijo prato, 15% de queijo provolone e 5% de requeijão cremoso. Há um grande investimento em equipamentos, dos quais 100% são nacionais. A empresa está trabalhando para lançamento de um novo produto, o queijo coalho. O laticínio adquiriu muitas máquinas modernas no decorrer de sua criação, isso se fez necessário em prol do desenvolvimento dos novos produtos.

A quarta etapa da entrevista trouxe perguntas sobre o destino da produção e relacionamento com clientes e como resposta a gerente de controle de qualidade disse que os

produtos são distribuídos em grande parte para a região Centro Oeste, para várias cidades e também para o Sudeste, para o estado de São Paulo. Mesmo havendo demanda, o Brasil não é competitivo em exportação.

Foi verificado que a empresa não encontra dificuldades para comercializar seus produtos, que os principais clientes finais são empresas privadas e existe competitividade entre empresas do mesmo ramo. Mas, como forma de manter-se competitiva, a empresa realiza pesquisas sobre necessidades dos clientes e se diferencia no mercado por meio da qualidade de seus produtos.

O custo da produção foi tema da quinta etapa, e segundo as entrevistadas como forma de manter um controle sobre o custo da produção, a empresa utiliza programas e planilhas pré-elaboradas na estrutura de formação do custo do produto, além de acompanhar os preços do produto no mercado e planejar o fornecimento da matéria-prima.

O fator empresa versus responsabilidade social foi à penúltima etapa da entrevista, e foi respondido que a empresa não possui o programa social ativo voltado para a comunidade e que têm a prática da coleta seletiva, onde todo seu lixo é separado e classificado para que possa ser receber a destinação correta.

Para finalizar a entrevista, as entrevistadas foram indagadas sobre tecnologia de informação e de comunicação (TIC) e estas disseram que a empresa é adepta as TIC's para divulgar sua marca e seus produtos por meio de internet, rádios e outros. Para disseminar informações entre os colaboradores, utiliza comunicação interna por meio de intranet, e-mail.

4.2.3 Análise comparativa das empresas pesquisadas

Este item tem como objetivo fazer uma análise comparativa entre as empresas pesquisadas, como base nas variáveis da pesquisa.

As empresas pesquisadas são indústrias que atuam no município de São Luís de Montes Belos – Goiás, uma é do segmento de curtume e outra de lácteos. Ambas fazem parte de programas de incentivos fiscais, sendo uma participante do Fomentar e outra do Produzir. Com base nos casos estudados, nas entrevistas realizadas e observações feitas *in-loco*, foi possível perceber que cada empresa possui suas próprias características, mas que também

possuem características em comum quando se trata do uso de incentivos fiscais com intuito de ampliar sua produtividade.

As empresas **A e B** estão instaladas há pelo menos 20 anos no município que abrange esta pesquisa e que deste o fim do primeiro ano de funcionamento aumentaram consideravelmente o número de funcionários próprios, elevando a oferta de emprego na região.

Por isso mesmo, é possível retomar a análise teórica para enxergar que o acesso a incentivos fiscais, ou seja, instrumentos de políticas públicas foram possíveis por indústrias que geram emprego e proporcionam renda para parte da população local.

Entretanto, ambas as empresas possuem um grande número de funcionários com pouca qualificação e que a maior parte dos colaboradores são homens e residem no município. O grande índice de pessoas sem qualificação escolar se dá em função dos serviços executados por estes não exigirem alto grau de formação, sendo realizados treinamentos para melhorar o processo produtivo.

A baixa qualificação expõe que os serviços desenvolvidos pela população local não necessitam de qualificação bem como não estimulam. A crítica que pode ser feita é que os incentivos concedidos não exigem perfil de mão de obra, não exigem também contrapartidas no que diz respeito às melhorias nas condições de trabalho, no estímulo à qualificação da mão de obra. Assim, os incentivos foram criados para atrair indústrias, apoiar o aumento da produção, mas não houve especificidade nas leis voltadas à qualificação para realização do trabalho. E, como foi apresentado, pensar melhorias na produtividade exige pensar no papel do empreendedor e na competitividade. O empreendedor como o agente das mudanças em busca de competitividade e, competitividade como item mobilizador das melhorias no processo produtivo, exige melhoria e investimentos nos elementos apresentados no Capítulo 1: capital humano, confiabilidade, conhecimento, custo, inovação, rapidez, relacionamento com clientes, responsabilidade social, sistemas de controle, técnicas de produção e tecnologias de informação e de comunicação, dentre outros.

As empresas **A e B** realizam pesquisa de clima/satisfação dos funcionários e divulgam os objetivos e/ou estratégias da empresa, possuindo facilidade em se adaptar às mudanças que ocorrem tanto no cenário interno quanto ao externo das organizações. Mas, apenas a empresa **A** possui missão e visão e projetos ativos para motivar seus colaboradores a melhorarem sua produtividade, realizando avaliação de desempenho, a tornando uma empresa mais

competitiva.

Com relação ao uso de incentivos fiscais, as empresas **A** e **B** buscaram o incentivo fiscal visando redução de custos. Ambas consideram que sua participação nestes projetos permitiu seu crescimento, as tornando mais competitivas. No entanto, a empresa **B**, diferentemente da **A** que não identificou nenhum ponto negativo com relação aos programas, apontou que sua participação, além dos benéficos, trouxe também certa submissão ao estado, o que não diminui sua satisfação em relação ao programa.

Quanto à caracterização da empresa e destino da produção/relacionamento com clientes, a empresa **A** tem como principal matéria-prima o couro bovino e só tem um produto, o couro *Wet Blue*, enquanto a **B** fabrica vários produtos, como o queijo mussarela, queijo prato, queijo provolone e requeijão cremoso, todos fabricados da sua principal matéria-prima, o leite, e está sempre procurando lançar novos produtos no mercado.

Ambas as empresas realizam grande investimentos em equipamentos nacionais, sendo que somente a empresa **A**, investiu em equipamentos importados. Os principais clientes das empresas **A** e **B** são empresas privadas, e elas não têm encontrado dificuldades para comercializar seus produtos, sendo que as duas empresas destinam sua produção tanto para o estado de Goiás como para outros estados. Existe competitividade no ramo em que as duas empresas atuam e ambas realizam pesquisas sobre necessidades dos clientes e têm a qualidade como diferencial dos seus produtos.

Tratando-se do custo de produção, tanto a empresa **A** quanto a empresa **B** utiliza algum programa ou planilha pré-elaborada na estrutura de formação do custo do produto, acompanhando os preços dos produtos no mercado e planejam o fornecimento de matéria-prima.

Quando questionados sobre responsabilidade social, ambas as empresas alegaram efetuar coleta seletiva, se preocupando com questões relacionadas ao meio ambiente. Mas, somente a empresa **A** possui programa social voltado pra sociedade, sendo ele o EJA. As empresas **A** e **B** utilizam algum meio tecnológico de informação e de comunicação para divulgarem sua marca e seus produtos e também para disseminar informações entre os colaboradores, sendo a empresa **A** adepta de mais modalidades de TIC do que a empresa **B**.

Para finalizar, de maneira geral, o que se percebeu foi que o acesso aos incentivos fiscais não acarretou compromissos com metas de aumento de produtividade, de competitividade ou de melhorias na qualificação das indústrias. Embora o montante

economizado tenha permitido aumento da produtividade e aumento na geração de emprego, o perfil das empresas não foi alterado. Percebendo-se então que os programas Fomentar e Produzir não traz como requisitos para participação em seus projetos que as empresas se tornem inovadoras e mais competitivas, não sendo, portanto necessário comprovar os investimentos em inovação. Percebeu-se que a empresa local de laticínios inovou mais, tem mais produtos em seu catálogo, ao passo que a empresa que não é local, continuou apenas como produtora especialista em um único produto. E, não houve incentivo para que a produção deste único produto apresentasse algum diferencial ou pudesse proporcionar qualificação ou estímulo à qualificação dos trabalhadores de maneira que a unidade produtora local se tornasse mais impactante na rede de sua matriz.

Assim, entendendo que os dois programas Fomentar e Produzir foram institucionalizados em épocas em que havia necessidade de atração de indústrias para Goiás, esta pesquisa se coloca como apoiadora de que futuros programas possam ir mais a fundo nas proposições para que os incentivos existam, visto que podem sim atrair e estimular a produção, mas que possuam instrumentos mais específicos para exigir continuidade de ações que visem competitividade, inovação e melhorias nas condições de trabalho e, incentivo de trabalhos com mão de obra qualificada, ou qualificação da mão de obra existente.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresenta um levantamento bibliográfico a partir da literatura atualizada como o objetivo de discutir sobre a competitividade trazida por incentivos fiscais em duas empresas situadas no município de São Luís de Montes Belos – Goiás. Os programas Fomentar e Produzir fazem parte de um projeto de política pública que ocorre em meio da chamada “guerra fiscal”, e são os dois programas de maior importância quando se trata em apoio à industrialização por parte do Estado de Goiás.

Foram apresentados ainda neste trabalho os conceitos de desenvolvimento e competitividade segundo diferentes visões.

Vimos que para haver desenvolvimento se faz necessário o apoio do Estado com a criação de políticas públicas. Quando se trata dessas políticas, Secchi (2010) diz que ainda não há na literatura especializada um consenso a cerca dos questionamentos básicos sobre sua definição e que algumas definições de políticas públicas relacionam a expressão “política pública” ao seu elaborador (abordagem estatista), e outras ao seu objetivo (abordagem multicêntrica). Mas, que os vários autores comungam da mesma ideia de que a política pública atinge profundamente a vida de cada pessoa na sociedade e diante do contexto sobre políticas públicas apresentado por Secchi (2010), pode-se dizer que o Fomentar e Produzir fazem parte da abordagem estatista, onde o ator estatal elabora e coordena todo o processo.

E que o desenvolvimento econômico de uma determinada região pode ser conduzido pelo mercado competitivo. Assim, com base nas entrevistas, ficou claro que as empresas possuem características competitivas e empreendedoras.

Seguindo o contexto apresentado por Roman *et al.* (2012), onde o autor destaca a aliança estratégica, o capital humano, a confiabilidade, o conhecimento, o custo, fatores culturais, flexibilidade, inovação, qualidade, rapidez, relacionamento com clientes, responsabilidade social, sistema de controle, técnicas de produção e tecnologias de informação e de comunicação como sendo os principais fatores de competitividade organizacional, o que colabora para o desenvolvimento socioeconômico das empresas.

As empresas objeto de estudo desta pesquisa são indústrias que estão instaladas há bastante tempo no município de São Luís de Montes Belos – Goiás. A empresa JBS S.A., denominada neste trabalho como empresa A, atua no segmento de curtume e está instalada na cidade há 20 anos, período este que conseguiu aumentar de forma significativa seu quadro de

funcionários, o que antes era de 80 passou para 250, este quadro é composto em sua grande maioria por homens que residem no próprio município de instalação da empresa. Após as entrevistas e observações feitas *in-loco*, foi possível levantar o perfil da empresa e ao confrontá-lo com as teorias estudadas verificou-se que ela tem um perfil empreendedor e que dentro do seu segmento atua como uma empresa competitiva. Possui um número expressivo de pessoas que concluíram somente o ensino fundamental e assim para melhorar a qualificação de seus colaboradores promove em parceria com a prefeitura municipal e o SESI de Goiás um projeto que visa à conclusão do ensino médio não somente de seus funcionários, como também de pessoas da comunidade. Usa dos meios de tecnologias de informação disponíveis para fazer a comunicação da empresa com os funcionários e também como meio de divulgar sua marca e produto, tem a prática de investir em novas tecnologias, realiza pesquisas de clima/satisfação tanto com os colaboradores quando com os clientes e, ainda, possuem projetos que incentivam os colaboradores além de se preocupar com o meio ambiente.

A empresa Laticínios Montes Belos Eireli, neste trabalho denominada como empresa B, atua no segmento de lácteos e está instalada na cidade há 25 anos. Neste período, ela aumentou bastante seu número de funcionários desde o seu primeiro ano de funcionamento. Esta empresa também possui um perfil empreendedor e com as entrevistas realizadas, foi possível detectar que a mesma, desde sua abertura, cresceu bastante, inovando sua cesta de produtos, adquirindo novos equipamentos para aumentar sua produção, e assim como a empresa A, tem demonstrado ser uma empresa que se preocupa com o meio ambiente, praticando a coleta seletiva.

Ambas as empresas distribuem seus produtos para outros estados e não exigem qualificação da mão de obra de seus funcionários, haja vista que somente aplicam treinamento para que os mesmos possam realizar suas funções.

Foi possível verificar que as empresas pesquisadas adquiriram máquinas e equipamentos para aperfeiçoar o processo de produção. O Laticínio Montes Belos que por sua vez inovou na sua cesta de produtos, se mostrou bastante inovador e competitivo.

Tratando-se da relação empresa versus incentivos fiscais, conclui-se que o acesso aos programas foi possível devido às indústrias que geram emprego e proporcionam renda para parte da população local. Mas que a participação nestes programas não ocasiona compromissos com metas de aumento de produtividade, de competitividade ou de melhorias

na qualificação das indústrias e que os programas não exigem das empresas que os possuem a obrigação de comprovar os investimentos realizados com inovação. Assim, é possível destacar a importância de tais incentivos como forma de atração de indústrias para determinadas regiões e que estes, de certo modo, geram desenvolvimento para as empresas beneficiadas, mas que se faz necessário que futuros programas possuam instrumentos mais específicos, que exijam continuidade de ações que visem competitividade, inovação e melhorias nas condições de trabalho e, incentivo de trabalhos com mão de obra qualificada, ou qualificação da mão de obra existente.

Apesar da limitação da pesquisa, por seu número de amostragem reduzido, destaca-se a importância de se aprofundar no estudo sobre o uso de incentivos fiscais e a capacidade competitiva das empresas como forma de se desenvolverem.

7. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. C. R. Uma abordagem estruturada da renúncia de receita pública federal. **Revista do Tribunal de Contas da União**, Brasília, DF, v. 31 n. 84, p. 19-62, abr/jun., 2000.
- ALVES, M. A. **Guerra Fiscal e Finanças Federativas no Brasil: O caso do Setor Automotivo**. Dissertação de mestrado. Instituto de Economia da Unicamp. Campinas, São Paulo, 2001.
- BORGES, Eduardo Batista. **Incentivos fiscais e desenvolvimento socioeconômico de Goiás: análise de impactos dos Programas Fomentar e Produzir (1995-2011)**. 2014.
- BRESSER-PEREIRA, L.C. **O conceito histórico de desenvolvimento econômico**. São Paulo: FGV-EESP, 2006 (Texto para Discussão n. 157, FGV-EESP, dezembro 2006).
- CARNEIRO, Rosalvo Nobre. **O papel das políticas públicas e o desenvolvimento regional no Brasil: do paradigma mentalista ao linguístico**. B. Goiano. Geogr. Goiânia, v. 30, n. 2, p. 113-123, 2010.
- CARVALHO, Paulo de Barros. **Curso de Direito Tributário**. 16. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.
- CEZARINO, Luciana Oranges; CAMPOMAR, Marcos Cortez. **Vantagem competitiva para micro, pequena e médias empresas: clusters e APLs**. 2006.
- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de pesquisa em Administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DINIZ, C. C. A nova geografia econômica do Brasil. In: VELLOSO, J. P. R. (org.). **Brasil 500 anos: future, presente, passado**. Rio e Janeiro: José Olympio, 2000.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e Espírito Empreendedor: práticas e princípios**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- FABRETTI, Lúaudio Camargo. **Contabilidade Tributária**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- FARIA, N. L. de. **Os benefícios sociais do programa fundo de participação e fomento a industrialização do estado de Goiás – Fomentar, o período de 1992 A 2003**. 64f. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas), Universidade Católica de Goiás, 2004.
- FIANI, Ronaldo. **Cooperação e conflito: instituições e desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- FOCHEZATTO, Adelar. Desenvolvimento regional: novas abordagens para novos paradigmas produtivos. **Três décadas de economia gaúcha**, v. 01, p. 160-192, 2010.
- GOIÁS. **Lei nº 11.180/1990**. (Estabelece modificações no Fundo de Participação e Fomento

do Estado de Goiás (FOMENTAR) e dá outras providências, 1990.

GOIÁS. **Lei nº 13.591/2000**. Cria o Programa de Desenvolvimento do Estado de Goiás – PRODUIZIR, 2000.

GOIÁS. **Lei nº 9.489/1984**. Cria o Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás - FOMENTAR, 2014.

GOIÁS. **Lei nº 9.489/1984**. Cria o Fundo de Participação e Fomento à Industrialização do Estado de Goiás – FOMENTAR, 1984.

HEIDEMANN, Francisco G. Do sonho do progresso às políticas de desenvolvimento. In: HEIDEMANN, Francisco G.; SALM, José F. (Org.). Políticas Públicas e Desenvolvimento: bases epistemológicas e modelos de análise. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2010. cap. 1, p. 23-40.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=522010&search=||info gr%E1ficos:-hist%F3rico>>. Acesso em: 29 de agosto de 2015.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=522010&search=goiaslao-luis-de-montes-belos>. Acesso em: 14 de janeiro de 2016.

IMB – INSTITUTO MAURO BORGES. Disponível em: <http://www.imb.go.gov.br/perfilweb/Estatistica_bde.asp>. Acesso em: 13 jan. 2016.

LASSWELL, H.D. **Politics: Who gets what, when, how**. Cleveland: Meridian Books, 1951.

LIMA, Jandir Ferrera de.; CARLOS, Alberti Piacenti; ALVES, Lucir Reinaldo; PIFFER, Moacir. A percepção do conceito de desenvolvimento regional na áreas atingidas pelos reservatórios de Itaipu e Sauto de Caxias. **Revista informe GEPEC**, ano 7, n. 1. p. 81-94 jan., 2003.

LIMA, Wagner Gonçalves. Política pública: discussão de conceitos. **Revista Interface** (Núcleo de Educação, Meio Ambiente e Desenvolvimento), n. 05, p. 49 – 54, out. 2012.

LYNN, L. E. **Designing Public Policy: A Casebook on the Role of Policy Analysis**. Santa Monica, Calif.: Goodyear. 1980.

MARIOTTO, F. L. O conceito de competitividade da empresa: uma análise crítica. **Revista de Administração de Empresas**, v. 31, n. 2, p. 37-52, abr/jun., 1991. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0034-75901991000200004&script=sci_arttext&tlng=pt#not9a> Acesso em: 22 de fev. de 2016.

MASSAINI, S. A.; BARAKAT, S. R.; GOUVÊA, M. A.; POLO E. F. Empreendedorismo e competitividade global: Uma análise multivariada de dados. **Revista Gestão Organizacional**, Santa Catarina, v. 5, n. 2, p. 259-271, jul/dez., 2012.

MORESI, Eduardo (Org.). **Metodologia da Pesquisa**. Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Gestão do Conhecimento e Tecnologia da Informação. Brasília: UCB, 2003.

NAKASHIMA, Norio. **Gestão do empreendedorismo como fonte de vantagem competitiva**. 95p. Dissertação (Mestrado em Mercadologia). Pós-Graduação MPA da EAESP/FGV. São Paulo: EAESP/FGV, 2002. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10438/5615>>. Acesso em: 19 de fev. de 2016.

NASCIMENTO, Sidnei Pereira do. Guerra fiscal: uma avaliação comparativa entre alguns estados participantes. **Econ. Apl.**, Ribeirão Preto, v. 12, n. 4, p. 677-706, Dec. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-80502008000400007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 29 de março de 2015.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento estratégico: conceito, metodologias e práticas**. São Paulo: Atlas, 2007.

OLIVEIRA, Fernando César Claudino. **A natureza do estado e políticas públicas: Uma avaliação dos incentivos fiscais em Goiás**. Dissertação (Mestrado). Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2011.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 41-48, maio/ago. 2002.

PASCHOAL, J. A. R. **O papel das políticas públicas de incentivos e benefícios fiscais no processo de estruturação industrial de Goiás 2000 – 2008**. Conjuntura Econômica Goiana, Goiânia, nº 12, dez. 2009.

PETERS, B. G. **American Public Policy**. Chatham, N.J.: Chatham House, 1986.

PORTER, Michael E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

PORTER, Michael E. **A Vantagem Competitiva das Nações**. Rio de Janeiro: Campus, 1993.

PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. 14ª reimpressão. Rio de Janeiro: Elsevier, 1999.

PRADO, S.; CAVALCANTI, C. E. G. **A guerra fiscal no Brasil**. São Paulo: FUNDAP, 2000.

ROCHA, João Marcelo. **Direito Tributário**. 7. ed. Rio de Janeiro: Ferreira, 2009.

ROMAN, Darlan José; PIANA, Janaina; LOZANO, Marie Anne Stival Pereira e Leal; MELLO, Nelson Ruben de. **Fatores de competitividade organizacional**. BBR, Vitória, v. 09, Art. 02, p. 27-46, 2012.

RUA, Maria das Graças. **Políticas Públicas**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração: UFSC, 2009.

SABATIER, Paul A. Political Science and Public Policy. In.: THEODOULOU, Stella Z.; CAHN, Matthew A. (Org.). **Public Policy: The Essential Readings**. New Jersey: Prentice Hall, 1995. cap. 2, p. 10-15.

SACHS, Ignacy. **Desenvolvimento incluyente, sustentável, sustentado**. Rio de Janeiro: Garamond & SEBRAE, 2004.

SALISBURY, Robert H. The Analysis of Public Policy: A Search for Theories and Roles. In.: THEODOULOU, Stella Z.; CAHN, Matthew A. (Org.). **Public Policy: The Essential Readings**. New Jersey: Prentice Hall, 1995. cap. 5, p. 34-37.

SAYD, P. D. **Renúncia Fiscal e equidade na distribuição de recursos para a saúde**. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) – Escola Nacional de Saúde Pública, Fundação Oswaldo Cruz, 2003.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development**. Cambridge, Ma: Harvard University Press, 1934.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, Socialism and Democracy**. New York: Harper and Row, 1950.

SECCHI, Leonardo. **Políticas Públicas: conceitos, esquemas de análise, casos práticos**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SECRETARIA DE ESTADO DE GESTÃO E PLANEJAMENTO. Disponível em: <<http://www.segplan.gov.gov.br/post/ver/110187/fundo-de-participacao-e-fomento-a-industrializacao--fomentar>>. Acesso em: 10 de dez. de 2013.

SECRETARIA DE ESTADO DE GESTÃO E PLANEJAMENTO. Disponível em: <http://www.seplan.gov.gov.br/sepin/down/analise_do_censo_fomentar-produzir.pdf>. Acesso em: 07 de ago. de 2014.

SIC - SECRETARIA DE INDÚSTRIA E COMÉRCIO. Disponível em: <<http://www.produzir.gov.gov.br/post/ver/112604/fomentar>>. Acesso em: 10 de dez. de 2013.

SIC - SECRETARIA DE INDÚSTRIA E COMÉRCIO. Disponível em: <<http://www.produzir.gov.gov.br/post/ver/134057/fomentar>>. Acesso em: 10 de dez. de 2013.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação**. Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

SOUZA, Celina. Políticas Públicas: uma revisão da literatura. **Sociologias**. Porto Alegre, ano 8, nº 16, p. 20-45, jul./dez. 2006.

THEODOULOU, Stella Z. The Contemporary Language of Public Policy: A Starting Point. In.: THEODOULOU, Stella Z.; CAHN, Matthew A. (Org.). **Public Policy: The Essential Readings**. New Jersey: Prentice Hall, 1995. cap. 1, p. 1-9.


TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução a pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Atlas, 1992.

VIEIRA, Edson Trajano; SANTOS, Moacir José dos. Desenvolvimento Econômico Regional – Uma revisão histórica e teórica. In: **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, v. 8, n. 2, 2012.

WOOD JR., T.; CALDAS, M. P. Empresas brasileiras e o desafio da competitividade. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, n. 3, p. 66-78, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

APÊNDICE A – ENTREVISTA

 <p>FACULDADES ALFA LVESARIA A Melhor Escola de Negócios do Centro-Oeste</p>	PROGRAMAS PRODUZIR E FOMENTAR: Um estudo de caso sobre as contribuições para o desenvolvimento de duas empresas do município de São Luís de Montes Belos – Goiás.
--	--

Entrevista aplicada nas empresas

Pesquisadora: Maíza Aparecida da Silva
E-mail: maizacont@gmail.com
Cidade: São Luís de Montes Belos
Data da Entrevista: ___/___/_____

Entrevistado:
Dados:

Identificação da Empresa e Capital Humano:
1. Razão Social da Empresa:

2. Qual o porte da empresa?
<input type="checkbox"/> Microempresa
<input type="checkbox"/> Empresa de pequeno porte
<input type="checkbox"/> Empresa de médio porte
<input type="checkbox"/> Empresa de grande porte

3. Há quanto tempo à empresa está no mercado?

--

4. Quantitativo do número de funcionários próprios?

4.1 Fim do primeiro ano de funcionamento:

4.2 Ao final do ano de 2015:

5. Qual o percentual de funcionários em cada nível de qualificação?

5.1 Ensino Médio:

5.2 Graduação:

5.3 Especialização:

5.4 Mestrado:

6. Quem emprega?

Maioria homens

Maioria mulheres

7. Os funcionários são residentes no município?

Sim

Não

Se não, de onde são?

8. A empresa possui alguma ação que motive seus colaboradores a melhorarem sua produtividade, tornando-a mais competitiva?

--

--

9. Realiza pesquisa de clima/satisfação dos funcionários?

--

10. Qual a prática adotada pela empresa para realizar avaliação de desempenho?

--

11. A empresa adota política de educação e treinamento para seus colaboradores?

--

12. A empresa divulga os objetivos e/ou estratégias aos seus colaboradores?

--

13. A empresa juntamente com seus colaboradores tem facilidade em se adaptar as mudanças que ocorrem tanto no cenário interno quanto ao externo?

--

14. A empresa possui missão e visão?

--

Uso de Incentivos Fiscais
15. É adepta de Programa de Incentivo Fiscal?
15.1 Qual?
15.2 Quando passou a pertencer ao Programa?
15.3 O que levou a empresa buscar o programa de incentivo fiscal?
15.4 Considera que o incentivo fiscal permitiu estímulo à competitividade da empresa? Sim? Por quê? Não? Por quê?
15.5 Existem pontos negativos a serem levados em consideração a participação do programa?
15.6 O que o incentivo trouxe e o que falta para a empresa?
15.7 De que forma o incentivo fiscal acessado contribuiu para o desenvolvimento da região de São Luís de Montes Belos?

Caracterização da Empresa

16. Principais matérias-primas:				
	%	Qtde.	%	Qtde.

17. Principais produtos:				
	%	Qtde.	%	Qtde.

18. Investimentos realizados:				
	%	Qtde.	%	Qtde.
18.1 Equipamentos Nacionais				
18.2 Equipamento Importados				
18.3 Obras				
18.4 Lançamento de Novos Produtos (sim/não)				
18.5 Frequência de lançamento de novos produtos (por ano)				
18.6 Desenvolve programas de acesso a novas tecnologias				

18.7 Desenvolve novas tecnologias		
-----------------------------------	--	--

Destino da Produção/ Relacionamento com Clientes		
19. Mercado Interno (porcentagem):		
	%	%
Goiás		
Região Sul		
Região Sudeste		
Região Norte		
Região Nordeste		
Região Centro-Oeste (MS, MT e DF)		

20. Mercado Externo (porcentagem):		
	%	%
MERCOSUL		
Ásia		
Estados Unidos		

21. Quem são os principais clientes finais?
<input type="checkbox"/> Pessoa Física
<input type="checkbox"/> Empresa Privada
<input type="checkbox"/> Empresa Pública

22. A empresa tem encontrado dificuldades para comercializar seus produtos?
<input type="checkbox"/> Não

Sim, que tipo?

23. A empresa realiza pesquisas sobre necessidades dos clientes?

24. Existe competitividade entre as empresas?

25. Como seu produto se diferencia no mercado?

Qualidade

Tradição

Marca

Preço

Outros:

Custo da Produção

26. A empresa utiliza algum programa ou planilha pré-elaborada na estrutura de formação do custo do produto?

27. A empresa acompanha os preços do produto no mercado?

28. A empresa planeja o fornecimento de matéria-prima?

--

Empresa X Responsabilidade Social
--

29. A empresa tem algum programa social direcionado à comunidade?
--

Se sim, qual?

30. A empresa efetua coleta seletiva ou possui algum projeto sócio-ambiental?
--

Tecnologia de Informação e de Comunicação (TIC)
--

31. A empresa utiliza algum meio tecnológico de informação e de comunicação?

31.1 Para divulgar sua marca e seus produtos?

31.2 Para disseminar informações entre os colaboradores?
--